

# Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde

Fachbereich Nachhaltige Wirtschaft

## STUDIEN- und PRÜFUNGSORDNUNG

für den Master-Studiengang

Nachhaltiges Tourismusmanagement (Master of Arts)

Vollzeitstudium

gültig ab Wintersemester 2024/2025

Auf Grundlage

- von § 5 Abs. 4, § 10 Abs. 1 bis Abs. 3, Abs. 5 S. 1 und 2, § 19 Abs. 1 bis Abs. 4, § 20, § 23 Abs. 1 bis Abs. 3 und § 81 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 des Brandenburgischen Hochschulgesetzes vom 09.04.2024 (GVBl. I/24, [Nr. 12]),
- der Hochschulprüfungsverordnung (HSPV) vom 04. März 2015 (GVBl. II/15 [Nr. 12]), zuletzt geändert am 09.04.2024 (GVBl. I/24, [Nr. 12]),
- von § 30 Abs. 1 der Grundordnung der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde vom 16.12.2020 (Amtliche Mitteilungen vom 12.01.2021 [Nr. 79]) und
- der Rahmenstudien- und Rahmenprüfungsordnung der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde vom 23.03.2016 (Amtliche Mitteilungen vom 01.04.2016 [Nr. 40]), zuletzt geändert am 18.10.2022 (Amtliche Mitteilungen vom 06.12.2022 [Nr. 106])

hat der Fachbereichsrat Nachhaltige Wirtschaft am 10.01.2024 folgende Neufassung der Studien- und Prüfungsordnung beschlossen:

### Inhaltsübersicht

- § 1 Geltungsbereich und Anwendbarkeit
  - § 2 Gegenstand des Studienganges
  - § 3 Studienziele
  - § 4 Zulassungsvoraussetzungen
  - § 5 Auswahl von Bewerber/innen und Vergabe von Studienplätzen
  - § 6 Regelstudienzeit und Aufbau des Studiums
  - § 7 Prüfungen
  - § 8 Praxisprojekt
  - § 9 Auslandssemester
  - § 10 Masterarbeit (Thesis)
  - § 11 Fristen
  - § 12 Bewertung der Prüfungsleistungen und Bildung der Noten
  - § 13 Graduierung
  - § 14 Inkrafttreten
- Anlagen

## § 1 Geltungsbereich und Anwendbarkeit

- (1) Diese Ordnung gilt für Bewerber\*innen und Studierende für den Studiengang Nachhaltiges Tourismusmanagement mit Studienbeginn ab Wintersemester 2024/25.
- (2) Sie regelt Ziele, Inhalte, Aufbau und Ablauf sowie die Prüfungsmodalitäten für den viersemestrigen Master-Studiengang „Nachhaltiges Tourismusmanagement“.
- (3) Diese Studien- und Prüfungsordnung ergänzt als fachspezifische Ordnung die Rahmenstudien- und Rahmenprüfungsordnung für die Bachelor- und Masterstudiengänge an der HNE Eberswalde (RSPO). Im Fall eines Widerspruchs zwischen dieser Ordnung und der RSPO gehen die Bestimmungen der RSPO vor.

## § 2 Gegenstand des Studienganges

- (1) Der konsekutive Master-Studiengang Nachhaltiges Tourismusmanagement richtet sich vorwiegend an Absolvent\*innen von grundständigen Tourismusmanagement-Studiengängen oder anderen fachlich verwandten Bachelorstudiengängen (z. B. geographisch, soziologisch oder betriebswirtschaftlich ausgerichtet), die ein freizeitwissenschaftliches oder tourismuswirtschaftliches Lehrangebot im Umfang von mind. 30 ECTS- Leistungspunkte nachweisen.
- (2) Es handelt sich um einen anwendungsorientierten Studiengang auf der Grundlage wissenschaftlicher Methoden. Dementsprechend vermittelt der Studiengang neben Fach- und Methodenkenntnissen Fähigkeiten zur Entwicklung und Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus. Der Studiengang behandelt in praxisorientierter Lehre:
  - die ökologischen, strukturellen und soziokulturellen Grundlagen und Voraussetzungen eines nachhaltigen Tourismus,
  - die ökonomischen und digitalen Aspekte einer auf Nachhaltigkeit und Transformation orientierten Tourismuswirtschaft,
  - Data Literacy, als die Fähigkeiten, sicher mit Daten umzugehen, wie zum Beispiel das Finden, Erzeugen, Lesen, Vorverarbeiten, Analysieren und Verstehen von Daten sowie deren (visuelle) Aufbereitung für eine datenbasierte Kommunikation an touristischen Beispielen,
  - Marketingmanagement als wesentliches strategisches Element des Tourismus, insbesondere unter Berücksichtigung digitaler Medien,
  - Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement, im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung von Regionen.
- (3) Die Studierenden haben die Möglichkeit, ihr Studium mit vertiefenden Wahlpflichtmodulen zu absolvieren mit folgenden Lehrinhalten:
  - Sozialunternehmertum im Tourismus,
  - Tourismus und Besucher\*innenmanagement in Schutzgebieten,
  - Entwicklung und Management von Tourismus im Kontext von Entwicklungszusammenarbeit,
  - praxisorientierte Arbeit mit Daten für die Beantwortung von Fragestellungen im Kontext einer nachhaltigen Tourismusentwicklung sowie Grundlagen und Techniken der Datenanalyse und visuellen Aufbereitung entlang des Datenzyklus,
  - Spezialkenntnisse über Marktsegmente, Tourismusformen und Managementtechniken mit besonderem Bezug zur nachhaltigen Entwicklung in weiteren Wahlpflichtmodulen (WPM).
- (4) Das Masterprogramm basiert auf einem systemischen Ansatz, wonach Tourismus eine Querschnittsdisziplin ist, die sich im Rahmen von Wirtschaft, Umwelt, Gesellschaft, Technologie und Politik mit besonderem Verständnis und Nutzung von Daten darstellt. Die Teilsysteme werden berücksichtigt in Bezug auf die eigentliche Tourismuswirtschaft, die sich in diesem Spannungsfeld gestaltet. Eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus zu fördern, ist

die Basis der Lehre. Dazu gehören neben der Schulung der Wahrnehmung von Landschaft und Kultur, die Kenntnis der räumlichen Planung, Managementfähigkeiten, Marketing und insbesondere Datenkompetenz. Der anwendungsorientierte Ansatz bezieht auch wissenschaftliche Reflektion und Kenntnis der aktuellen Forschung im Bereich Nachhaltigkeit und Tourismus ein.

### § 3 Studienziele

(1) Ziel des Studiums ist der Erwerb von Kenntnissen des Tourismusmanagements auf wissenschaftlicher Grundlage mit besonderer Ausrichtung auf nachhaltige Entwicklungskonzepte für die Tourismuswirtschaft. Der Abschluss „Master of Arts“ ist berufsqualifizierend für den höheren Dienst und berechtigt zur Promotion.

(2) Die speziellen Studienziele liegen entsprechend den Anforderungen der beruflichen Praxis in der Vermittlung von

- Fach- und Methodenkompetenz (Fachwissen unter besonderer Berücksichtigung wissenschaftlicher Methodenkenntnisse),
- Eigenständigkeit und Selbstreflektion,
- Entscheidungs- und Handlungskompetenz (Fähigkeiten zur Problemlösung),
- Sozialkompetenz („Soft Skills“ wie Kommunikations-, Motivations- und Konfliktfähigkeit, Teamgeist).

### § 4 Zulassungsvoraussetzungen

(1) Für den Studiengang werden in- und ausländische Bewerber\*innen zugelassen, die einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss nachweisen, der mindestens 180 ECTS-Leistungspunkte in einem der unter § 2 Abs. 1 definierten Fächer umfassen sollte. Bewerber\*innen mit höher qualifizierten Abschlüssen bzw. Abschlüssen mindestens vierjähriger Studiengänge wie Diplom (FH), Magister, Diplom oder 1. Staatsexamen werden ebenfalls zugelassen.

(2) Absolvent\*innen tourismusbezogener Ausbildungsgänge an Berufsakademien können ebenfalls zugelassen werden, sofern diese Berufsakademie staatlich anerkannt ist und ihr Abschluss einem dreijährigen Bachelor-Abschluss entspricht, mindestens 180 ECTS-Leistungspunkte umfasst und entsprechend akkreditiert ist. Es gelten die in Abs. 1 beschriebenen fachlichen Anforderungen.

(3) Bachelor-Absolvent\*innen mit 210 ECTS-Leistungspunkten oder 240 ECTS-Leistungspunkten sowie Bewerber\*innen mit geeigneten Diplom- oder Magisterabschlüssen können aufgrund der zusätzlich erworbenen 30 bzw. 60 ECTS-Leistungspunkten auf Antrag in ein höheres Fachsemester zugelassen werden. In diesen Fällen wird von der Studiengangleitung ein individueller Studienplan erarbeitet.

(4) Dies gilt ebenso für Studierende, die in einem anderen Master-Studium mit fachlich ähnlichen Studieninhalten mind. 30 ECTS-Leistungspunkte (oder äquivalente Leistungspunkte) erworben haben.

(5) Alle Bewerber\*innen müssen als sprachliche Zugangsvoraussetzung Englischkenntnisse auf dem Niveau B2 (GER) nachweisen. Anerkannt werden auch vergleichbare Qualifikationen wie z.B. „Test of English as a Foreign Language“ (TOEFL) mit 87 Punkten für den internetbasierten Test, TOEIC mit 785 Punkten sowie Muttersprache oder Amtssprache Englisch im Heimatland. Zur Überprüfung der Muttersprache oder Amtssprache eines Landes finden die Länderinformationen des Auswärtigen Amtes Anwendung. Absolventen\*innen überwiegend englischsprachiger Studiengänge müssen keine weiteren sprachlichen Nachweise erbringen. Der Anteil der englischsprachigen Module muss bei mindestens 50% liegen. Liegt zum Zeitpunkt der Bewerbung bei Bewerber\*innen der Englischnachweis noch nicht vor, kann eine befristete Zulassung erfolgen mit der Auflage den Nachweis der erfolgreich bestandenen Sprachprüfung bis zur Rückmeldung für das zweite Fachsemester zu erbringen.

(6) Für Bewerber\*innen, die ihre Studienqualifikation nicht nach deutschem Recht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben haben, erfolgt die Feststellung der Gleichwertigkeit ihrer Studienabschlüsse nach Eingang der Bewerbung an der Hochschule unter Berücksichtigung der Vorgaben der Kultusministerkonferenz und der Hochschulrektorenkonferenz. Die Vorprüfung der Bewerbungsunterlagen erfolgt durch die zentrale Prüfstelle Uni-ASSIST, deren gesonderte Fristen zu beachten sind.

(7) Als sprachliche Zugangsvoraussetzung gilt für Bewerber\*innen, die ihre Studienqualifikation nicht nach deutschem Recht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben haben, der Nachweis der deutschen Sprachprüfung auf dem Niveau B 2 oder ein vergleichbarer Abschluss. Ausgenommen sind Muttersprachler der deutschen Sprache bzw. Bewerber\*innen, in deren Land die Amtssprache Deutsch ist.

(8) Die Entscheidung darüber, ob eine Bewerbung im Einzelfall die erforderlichen Zugangsvoraussetzungen erfüllt, wird von der Abteilung Studierendenservice im Einvernehmen mit der Leitung des Master-Studienganges getroffen.

## **§ 5 Auswahl von Bewerber\*innen und Vergabe von Studienplätzen**

Übersteigt die Zahl der Bewerber\*innen die Zahl der vorhandenen Studienplätze, so erfolgt ein Auswahlverfahren entsprechend dem Gesetz über die Hochschulzulassung im Land Brandenburg (Brandenburgisches Hochschulzulassungsgesetz - BbgHZG) und der Verordnung über die Zulassung zu Studienplätzen in zulassungsbeschränkten Studiengängen durch die Hochschulen des Landes Brandenburg (HZV) und der Satzung der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde für die Auswahl von Studierenden im Hochschulauswahlverfahren in örtlich zulassungsbeschränkten Studiengängen in der jeweils gültigen Fassung. Studienbewerber\*innen auf höhere Fachsemester können sich zum Wintersemester und zum Sommersemester bewerben.

## **§ 6 Regelstudienzeit und Aufbau des Studiums**

(1) Das Studium beginnt jährlich zum Wintersemester. Der studentische Arbeitsaufwand (Workload) für einen ECTS-Leistungspunkt wird mit 30 Stunden veranschlagt.

(2) Die Regelstudienzeit beträgt vier Fachsemester. Die Summe der in den vier Fachsemestern zu erreichenden ECTS-Leistungspunkte beträgt 120. Das Studium untergliedert sich wie aus der als Anlage 1 beigefügten Übersicht über den Studienverlauf ersichtlich. Im 1. Semester werden fachliche Grundlagen ausschließlich in Pflichtmodulen vermittelt. Das 2. Semester erfolgt anwendungsorientiert mit Projekten. Im 3. Semester findet das Praxisprojekt, alternativ ein Auslandsseminar an einer Partnerhochschule statt. Im 4. Fachsemester erfolgt der Abschluss durch Anfertigung der Masterarbeit.

(3) Im 2. und 3. Fachsemester stehen insgesamt 5 WPM zur Verfügung, von denen mindestens vier gewählt werden müssen. Die vier zur Verfügung stehenden WPM sind:

- Social Entrepreneurship in Tourism (2. FS)
- Applied Data Science in Tourism (2. FS)
- Nature-based tourism and protected area management (2. FS)
- Fleximodul (2. FS)
- Aktuelle Themen (3. FS)

Das WPM „Fleximodul“ wird je nach aktueller Themenlage innerhalb des Studienganges angeboten. Eine Information zum Fleximodul wird rechtzeitig an die Studierenden vor der Wahl gegeben. Das Wahlpflichtmodul (WPM) „Aktuelle Themen“ kann auch aus Modulen anderer Studiengänge der Hochschule für nachhaltige Entwicklung oder von anderen Hochschulen und sowohl im 2. als auch im 3. Fachsemester gewählt werden. Die Entscheidung über die Anerkennung trifft der oder die Vorsitzende des Prüfungsausschusses.

(4) Im 2. und 3. Fachsemester stehen insgesamt 5 WPM zur Verfügung, von denen mindestens vier gewählt werden müssen. Die vier zur Verfügung stehenden WPM sind:

- Social Entrepreneurship in Tourism (2. FS)
- Applied Data Science in Tourism (2. FS)
- Nature-based tourism and protected area management (2. FS)
- Fleximodul (2. FS)
- Aktuelle Themen (3. FS)

Das WPM „Fleximodul“ wird je nach aktueller Themenlage innerhalb des Studienganges angeboten. Eine Information zum Fleximodul wird rechtzeitig an die Studierenden vor der Anwahl gegeben. Das Wahlpflichtmodul (WPM) „Aktuelle Themen“ kann auch aus Modulen anderer Studiengänge der Hochschule für nachhaltige Entwicklung oder von anderen Hochschulen und sowohl im 2. als auch im 3. Fachsemester gewählt werden. Die Entscheidung über die Anerkennung trifft der oder die Vorsitzende des Prüfungsausschusses.

(5) Im 3. Fachsemester kann zwischen einem Praxisprojekt (im In- oder Ausland) oder einem Auslandssemester an einer Partnerhochschule gewählt werden. Beim Praxisprojekt können sich die Studierenden zwischen einem Projektpraktikum (als Einzelpraktikum) oder einem Transferprojekt (Projekt in der Gruppe oder individuell) entscheiden. Die Studierenden bewerben sich für das Praktikum bzw. das Transferprojekt eigenständig. Für beide Formen können sowohl von den Dozent\*innen als auch von den Studierenden Angebote vorgeschlagen werden. Bei einem Auslandssemester müssen mindestens 18 und dürfen höchstens 24 ECTS-Leistungspunkte an einer Partnerhochschule im Ausland absolviert werden. Die Differenz von 6 ECTS-Leistungspunkte ist durch die Erbringung von Wahlpflichtmodulen der Hochschule für nachhaltige Entwicklung zu erbringen. Die Entscheidung darüber und über die Auswahl der gewählten Module trifft die Studiengangsleitung bis spätestens zum 31. August des jeweiligen Sommersemesters.

(6) Die Lehrveranstaltungen finden in Form von Vorlesungen, Seminaren, Übungen mit und ohne Vorträgen und Diskussionen, Projekten und Exkursionen statt. Einzelheiten regeln das Curriculum (Anlage 2) und das Modulhandbuch. Im 1. Fachsemester erfolgen die Lehrveranstaltungen überwiegend in deutscher Sprache, ab dem 2. Fachsemester überwiegend in englischer Sprache.

## § 7 Prüfungen

(1) Für alle Module sind studienbegleitend Prüfungsleistungen zu erbringen. Der Masterabschluss ergibt sich aus Modulprüfungen, einer Projektarbeit oder den Modulprüfungen des Auslandssemesters und der Masterarbeit (Thesis).

(2) Die Module werden mit Noten oder „mit Erfolg/ohne Erfolg“ (Erfolgsschein) bewertet und in das Zeugnis aufgenommen. Sie sind Grundlage für die Berechnung der Gesamtnote des Masterstudiums.

(3) Mit dem berufsqualifizierenden Masterabschluss wird festgestellt, ob der/die Studierende die für die Berufspraxis notwendigen Fachkenntnisse erworben hat, die theoretischen Grundlagen und fachlichen Zusammenhänge überblickt sowie die Fähigkeit besitzt, wissenschaftlich zu arbeiten sowie wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse selbstständig anzuwenden.

(4) Prüfungsleistungen können wahlweise in deutscher oder englischer Sprache erbracht werden.

## § 8 Praxisprojekt

Ziel des Praxisprojektes ist die Anwendung von theoretischem Wissen und der Erwerb von praktischen Erfahrungen auf dem Gebiet des nachhaltigen Tourismusmanagements. Innerhalb der praktischen Ausbildung wird von den Studierenden ein diesem Ziel entsprechendes Projekt selbstständig bearbeitet. Das Praxisprojekt wird im Zusammenhang mit einem Praktikum bzw. in Kooperation mit einem Unternehmen oder einer Organisation mit einer Dauer von mindestens

16 Wochen durchgeführt. Näheres regelt die Ordnung für das Praxisprojekt (siehe Anlage 3).

## § 9 Auslandssemester

- (1) Für das alternativ wählbare Auslandssemester muss mindestens ein Memorandum of Understanding mit Partnerhochschulen mit einem vergleichbaren oder sinnvoll ergänzenden Studienangebot abgeschlossen worden sein.
- (2) Das International Office der Hochschule für nachhaltige Entwicklung entwickelt mit den Studierende\*n vor Beginn ein Learning Agreement und begleitet die Studierenden ggf. bei der Durchführung des Auslandssemesters.

## § 10 Masterarbeit (Thesis)

- (1) Mit der Anmeldung ist ein Exposé einzureichen, in dem Ziel, Zweck, Inhalt und geplantes methodisches Vorgehen der Arbeit dargelegt sind.
- (2) Die Masterarbeit muss mit einer von dem/ der Studierenden unterschriebenen schriftlichen Erklärung versehen sein, wonach die Arbeit von ihm/ihr selbstständig und nur unter Verwendung der erlaubten und genannten Hilfsmittel angefertigt wurde und bisher noch nicht als Masterarbeit an einer anderen Hochschule verwendet worden ist. Die Arbeit ist außerdem mit einer kurzen Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse zu versehen.
- (3) Die Masterarbeit ist in digitaler Form bei den Gutachter\*innen sowie dem Dekanatssekretariat für die Bibliothek der Hochschule für nachhaltige Entwicklung abzugeben.
- (4) Die Masterarbeit wird durch zwei Gutachter\*innen bewertet. Das arithmetische Mittel der beiden Noten muss mindestens „ausreichend“ lauten und geht in die Bewertung der Abschlussarbeit ein. Sofern die Noten aus beiden Gutachten um mehr als eine Note voneinander abweichen, ist ein drittes Gutachten zu erstellen. In diesem Fall ergibt sich das arithmetische Mittel aus den drei Noten. Der/die Drittgutachter\*in wird vom Prüfungsausschuss bestimmt.
- (5) Die Abschlussarbeit kann bei einer Bewertung, die schlechter als „ausreichend“ (4,0) ist, nur einmal mit einem neuen Thema wiederholt werden. Die Abschlussarbeit muss im Fall der Wiederholung spätestens 3 Monate nach Bekanntgabe des Ergebnisses des ersten Prüfungsversuchs erneut angemeldet werden. Erfolgt die Neuanschuldung nicht bis zu diesem Zeitpunkt, gilt die Masterarbeit erneut als nicht bestanden. Lautet bei der Wiederholung der mündlichen Prüfung zur Abschlussarbeit die Bewertung schlechter als „ausreichend“ (4,0), so ist die Abschlussarbeit endgültig nicht bestanden.

## § 11 Fristen

- (1) In den ersten beiden Semestern werden die Module i.d.R. in Form von Blockmodulen angeboten. Die Prüfungen zu diesen Modulen können sowohl im hochschulweit festgelegten Prüfungszeitraum als auch im Vorlesungszeitraum durchgeführt werden. In diesem Fall sind sie im Anschluss an den letzten Tag der Lehrveranstaltung der Blockveranstaltung abzugeben.
- (2) Die Masterarbeit kann frühestens nach erfolgreichem Abschluss der deutlichen Mehrzahl der Studien- und Prüfungsleistungen, in der Regel nach erfolgreichem Abschluss von Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von mindestens 75 Prozent der Gesamtzahl der im Studiengang zu absolvierenden Leistungspunkte, abzüglich der Leistungspunkte für die das wissenschaftliche Kolloquium und die Abschlussarbeit (68 ECTS-Leistungspunkte) angemeldet werden. Sie muss spätestens bis zum Ende des Folgesemesters, in dem die letzte Prüfungsleistung abgelegt wurde, erfolgt sein. Anderenfalls gilt die Masterarbeit als nicht bestanden.
- (3) Die Masterarbeit ist innerhalb eines Bearbeitungszeitraums von 6 Monaten anzufertigen. Wird die Abgabefrist nicht eingehalten, gilt die Masterarbeit als nicht bestanden.

## § 12 Bewertung der Prüfungsleistungen und Bildung der Noten

(1) Eine Modulprüfung ist bestanden, wenn die Modulnote mindestens "ausreichend" (4,0) ist.

(2) Das Master-Zeugnis enthält eine Gesamtnote. Die Gesamtnote errechnet sich als gewichtetes Mittel der Modulnoten, indem die Modulnoten einschließlich der Noten der Projektarbeit und der Masterarbeit entsprechend ihren akademischen Leistungspunkten für den Studierenden gewichtet werden. Die Noten von fakultativen, mit Prüfung abgeschlossenen Wahlmodulen können auf Antrag im Master-Zeugnis aufgeführt werden, fließen jedoch nicht in die Errechnung der Gesamtnote ein.

(3) Sofern aufgrund der Anwahl von Wahlpflichtmodulen die für den Studienabschluss erforderlichen 120 ECTS-Leistungspunkte überschritten werden sollten, werden die überschüssigen ECTS-Leistungspunkte gestrichen und nicht bei der Berechnung der Gesamtnote des Studiums berücksichtigt.

## § 13 Graduierung

Ist die Masterprüfung bestanden, wird der Grad „Master of Arts“ verliehen. Die Abschlussdokumente (Zeugnis und Urkunde) werden mit dem Datum der letzten Prüfung ausgestellt.

## § 14 Inkrafttreten und Übergangsbestimmungen

(1) Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit ihrer Veröffentlichung auf der Homepage der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde in Kraft.

(2) Diese Ordnung gilt für alle Studierenden, die nach dem Inkrafttreten dieser Studien- und Prüfungsordnung an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde im Masterstudiengang Nachhaltiges Tourismusmanagement immatrikuliert werden.

(3) Die ab dem Wintersemester 2019 gültige Studien- und Prüfungsordnung des Masterstudienganges Nachhaltiges Tourismusmanagement tritt nach Ablauf der doppelten Regelstudienzeit nach Inkrafttreten dieser Ordnung außer Kraft. Entsprechende Prüfungsvorgänge müssen bis zu diesem Zeitpunkt beendet sein. Studierende, die bis zum Zeitpunkt des Außer-Kraft-Tretens der Studien- und Prüfungsordnung ihr Studium nicht abgeschlossen haben, verlieren ihren Prüfungsanspruch.

### Anlagen:

Anlage 1: Übersicht über den Studienverlauf

Anlage 2: Curriculum

Anlage 3: Ordnung für das Praxisprojekt

Anlage 4: Diploma Supplement

**Genehmigung der Neufassung der Studien- und Prüfungsordnung durch den FBR: 10.01.2024**

**Genehmigung der Neufassung der Studien- und Prüfungsordnung durch den Präsidenten 12.04.2024**

# Verlauf Masterstudium in Vollzeit - Nachhaltiges Tourismusmanagement M.A.

4. Sem.

**Master-Kolloquium & Forschungsmethoden**  
4 ECTS (2 SWS)

**Masterarbeit**  
26 ECTS (4 SWS)

**30 ECTS (6 SWS)**

3. Sem.

**Praxisprojekt**

**Projektseminar**  
2 ECTS (2 SWS)

**Transferprojekt (in Gruppe oder individuell) ODER Projekt-Praktikum (individuell)**  
22 ECTS (4 SWS)

oder

**Auslandssemester**  
18-24 ECTS (x SWS)

und

**Aktuelle Themen**  
6 ECTS

**30 ECTS (6 + x SWS)**

2. Sem.

**Applied Tourism Management Project (incl. Design Thinking Seminar)**  
12 ECTS (8 SWS)

**Wahlpflichtmodule**

**Social Entrepreneurship in Tourism**  
6 ECTS (4 SWS)

**Nature-based Tourism & Protected Area Management**  
6 ECTS (4 SWS)

**Applied Data Science in Tourism**  
6 ECTS (4 SWS)

**Fleximodul**  
6 ECTS

**30 ECTS (20 SWS)**

1. Sem.

**Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales und Kultur**  
6 ECTS (4 SWS)

**Tourismusökonomie, digitale Transformation und Ethik**  
6 ECTS (4 SWS)

**Sustainable Marketing Management Cases & CRM**  
6 ECTS (4 SWS)

**Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement**  
6 ECTS (4 SWS)

**Data Literacy**  
6 ECTS (4 SWS)

**30 ECTS (20 SWS)**



1. Fachsemester

| Modulbezeichnung  | Pflichtmodul/<br>Wahlpflichtmodul | Modulinhalt  | Lehrformen  | Prüfungsleistung                        | SWS | ECTS | Qualifikationsziele  |
|---|-----------------------------------|--|---|---|-----|------|--|
| <b>Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales und Kultur</b> | PM                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswirkungen und Lösungsansätze des Tourismus in den Dimensionen Umwelt</li> <li>• Grundprinzipien nachhaltiger Entwicklung und deren Anwendung auf den Tourismus, Entwicklung und Formen des nachhaltigen Tourismus</li> <li>• Dimension Umwelt: Auswirkungen und Lösungsansätze im Bereich Klimawandel und Biodiversität. Bedeutung der Landschaft für den Tourismus</li> <li>• soziale Dimension: Schwerpunkte Menschen- und Kinderrechte, Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmer*innenrechte, Gender &amp; Diversity im Tourismus, Corporate Social Responsibility</li> <li>• kulturelle Dimension: Definition von Kultur, Kulturerbe, Identität. Wechselbeziehung zu Tourismus. Interkulturalität. Bedeutung von Kulturerbe. Fallstudien</li> </ul> | Vorlesung, Seminar, Übung   | Mündliche Prüfung 100 % (15-20 Minuten) | 4   | 6    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennen der ökologischen, sozialen und kulturellen Auswirkungen und Lösungsansätze des Tourismus</li> <li>• Verstehen, kritisches Diskutieren und Hinterfragen der Zusammenhänge im komplexen Beziehungsgeflecht zwischen Tourismus, Umwelt, Sozialem und Kultur herzustellen und Auswirkungen des Tourismus sowie Konzepte nachhaltiger Entwicklung</li> <li>• Soziale Kompetenz, in Gruppen zu arbeiten, konstruktiv zu diskutieren und die Ergebnisse ihrer Arbeit im Plenum vorzustellen und zu vertreten</li> <li>• Selbstständiges Analysieren und Präsentieren von Fallbeispielen und speziellen Nachhaltigkeitsaspekten</li> </ul> |
| <b>Tourismusökonomie, digitale Transformation und Ethik</b>     | PM                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen, vertiefendes Verstehen der Tourismusbranche mit ihren Wertschöpfungsstufen in einem ökonomischen Fokus</li> <li>• Vertiefung zu digitalen Geschäftsmodellen, Internetökonomie, Plattformökonomie und Auswirkungen der digitalen Transformation</li> <li>• Betrachtung neuer ökonomischer Ansätze wie Gemeinwohlökonomie oder</li> </ul>   | Exkursion (Pflichtteilnahme, Erfordernis ergibt sich aus der darauf aufbauenden Prüfungsleistung, die sich insbesondere auf die mit der Exkursion erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten bezieht sowie aus den | Klausur 100 % 180 Min                   | 4   | 6    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erklären der unterschiedlichen Denk- und Handlungsansätze der Betriebswirtschaft und Darstellung der Kritik</li> <li>• Reflektion neuer Ansätze in der Betriebswirtschaft im Kontext des Konzeptes der Nachhaltigkeit</li> <li>• Eigenständiges Arbeiten mit verschiedenen Literaturmöglichkeiten, Erkennen, Beurteilen</li> </ul>  |

|   |    |  |   |                                  |   |   |   |
|---|----|--|---|----------------------------------|---|---|---|
|   |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sozialunternehmertum im Kontext von touristischer Entwicklung</li> <li>• Diskussion kritischer ökonomischer Ansätze sowie ethischer Aspekte der Digitalisierung, Ökonomie und Tourismusbranche</li> </ul>   | Studiengangszielen<br>),<br>Übungen mit Vortrag und Diskussion, Vorlesung |                                  |   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• und Reflektion der theoretischen Grundlagen</li> <li>• Entwickelte Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Mitgestaltung</li> </ul>  |
| <b>Sustainable Marketing Management</b>         | PM | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau auf Marketinggrundlagen durch Entwicklung von Struktur, Erscheinungsformen, Abgrenzung und Besonderheiten des Tourismusmarketings</li> <li>• Marketingkonzeption, -planung, Segmentierung, Positionierung, Kommunikation und Distribution als strategischer Ansatz des Marketings</li> <li>• Struktur, Erscheinungsformen und Besonderheiten des Tourismus – Marketings</li> <li>• digitale Marketingmaßnahmen, strategische Einsatzfelder und Controlling</li> <li>• Digitale Marketinginstrumente, mobiles Marketing und Performance Marketing sowie Social Media Marketing, De-Marketing</li> <li>• Best Practices</li> </ul> | Vorlesung, Übungen, Seminararbeit mit Ausarbeitung von Präsentationen     | Hausarbeit 100 %<br>max.8 Seiten | 4 | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Befähigung, digitale Marketingmaßnahmen zu planen, gestalten, kontrollieren sowie die dazugehörigen Instrumente zu bewerten und ihren Einsatz in der Praxis abzuwägen</li> <li>• Kenntnisse und begriffliche Abgrenzung von Green Marketing, nachhaltigem Marketing und Nachhaltigkeitskommunikation</li> <li>• breites integriertes Marketingwissen einschließlich der wissenschaftlichen Grundlagen und der aktuellen fachlichen Problemstellung aus der Tourismusindustrie</li> <li>• breites Wissensspektrum an Methoden, die sowohl im Bereich der empirischen Sozialforschung als auch im Marketing fundiert sind</li> <li>• Entwicklung von Lösungsansätzen für aktuelle Problemstellungen im Team</li> <li>• Teamfähigkeit, Fähigkeit, sich mit vorgegebenen Aufgaben in definierter Zeit auseinanderzusetzen</li> </ul> |
| <b>Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement</b> | PM | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Destination, Destinationsmanagement-Organisation (DMO)</li> </ul>   | Vorlesung, Seminar, Übung, Exkursion                                      | Klausur 100 %<br>180 Min         | 4 | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fähigkeit, Anforderungen an eine wettbewerbsfähige Destination und DMO zu</li> </ul>   |

|                      |    |  |                    |  |   |   |   |
|----------------------|----|--|--------------------|--|---|---|---|
|                      |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ebenen der räumlichen Planung in Deutschland</li> <li>• Umweltverträglichkeitsprüfung und Eingriffsregelung</li> <li>• Tourismusplanung als Aufgabe des Destinationsmanagements-Planung versus Management, Einordnung und Abgrenzung (z.B. zum Tourismusmarketing)</li> <li>• Erarbeitung von Tourismuskonzepten: Angebotsanalyse (Bausteine eines Tourismusangebots), Nachfrageanalyse (Indikatoren, Datenquellen, Entwicklungstrends), Analyse aktueller Zielgruppen, Markt-/Konkurrenzanalyse, SWOT-Analyse als Bewertungsinstrument, Leitbild und Entwicklungsziele, Aktions- und Maßnahmenplan, Fallbeispiele,</li> <li>• Nachhaltigkeit in der Destinationsentwicklung: Indikatoren, Bewertungsansätze und praktische Umsetzung</li> <li>• institutionelle Nachhaltigkeit bei DMO</li> <li>• Wettbewerbe als Aktivierungsinstrument</li> <li>• nachhaltige Mobilität</li> </ul> |                    |  |   |   | <p>erklären, alle Arbeitsschritte einer Tourismuskonzeption zu erarbeiten und darzustellen, die Schlüsselindikatoren für eine nachhaltige Destinationsentwicklung zu identifizieren und wirksame Maßnahmen im Hinblick auf ihre Umsetzungsfähigkeit zu benennen und einzuschätzen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erarbeitung und Visualisierung von lagetouristischen Situationsanalysen, Nachfrage-, Trend- sowie Markt- und Konkurrenzanalysen, Benchmarks, SWOT, Leitbildern sowie Aktions- und Maßnahmenplänen</li> <li>• Team- und Führungsfähigkeiten</li> <li>• Präsentation und kompetente Vertretung selbstständiger realistischer Nachhaltigkeitsansätze</li> </ul> |
| <b>Data Literacy</b> | PM | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick zu Data Literacy im touristischen Kontext</li> <li>• von der Entstehung von Daten bis zur Kommunikation von Ergebnissen im Kontext der touristischen Wertschöpfungskette</li> <li>• selbstständiges Arbeiten mit Daten</li> <li>• Erarbeitung einer Infografik bzw. Storytelling mit Daten für ein selbstgewähltes</li> </ul>   | Vorlesung, Übungen | Präsentation mit Diskussion/Argumentation (maximal 30 Minuten) | 4 | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• sichere Kenntnis der Schritte bei der Arbeit mit Daten</li> <li>• vertiefte Kenntnis potentieller Probleme in Bezug auf ethische und gesellschaftliche Auswirkungen</li> <li>• selbstständiges Entwickeln von Fragestellungen und Planung auf der Basis von Daten und deren Bearbeitung</li> </ul>   |

|  |  |                                   |  |  |  |  |  |
|--|--|-----------------------------------|--|--|--|--|--|
|  |  | Beispiel im touristischen Kontext |  |  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Fähigkeit, sicher mit Daten umzugehen (u.a. Finden, Erzeugen, Lesen, Vorverarbeiten, Analysieren und Verstehen von Daten sowie deren (visuelle) Aufbereitung für eine datenbasierte Kommunikation)</li> </ul> |
|--|--|-----------------------------------|--|--|--|--|--|

2. Fachsemester

| Modulbezeichnung  | Pflichtmodul/<br>Wahlpflichtmodul | Modulinhalt   | Lehrformen   | Prüfungsleistung   | SWS | ECTS | Qualifikationsziele   |
|---|-----------------------------------|---|--|--|-----|------|---|
| <b>Applied Tourism Management Project (incl. Design Thinking Seminar)</b> | PM                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendung der Kenntnisse in einem definierten (externen) Projekt mit einem/einer Partner*in</li> <li>Bearbeitung der Fragestellung des Partners bzw. der Partnerin, Entwicklung kreativer Lösungsansätze unter Beachtung des Zeit- sowie Teammanagements (Rollenverteilung)</li> </ul> | Design Think Workshop, Seminar, Übung                | Gruppenpräsentation (30 Minuten je Gruppe) 100 % anhand von <ul style="list-style-type: none"> <li>3 Protokollen</li> <li>einem Poster</li> <li>einem Management Summary (5-8 Seiten)</li> </ul> | 8   | 12   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendung der Kenntnisse und Fähigkeiten des Marketing- und Projektmanagements als strategischen Ansatz der Unternehmensführung</li> <li>Fähigkeit, eine komplexe Problemstellung aus der Tourismusindustrie vor dem Hintergrund einer theoretischen Erkenntnis anzugehen und einen Lösungsansatz im Team – mit Ausrichtung auf eine nachhaltige Marketingstrategie zu entwickeln</li> <li>Reflektierung von Marketing-strategien in Bezug auf eine nachhaltige Unternehmensausrichtung</li> </ul> |
| <b>Social Entrepreneurship in Tourism</b>                                 | WPM                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Erarbeitung eines eigenen Business-Konzepts oder Eintrittsweges von Sozialunternehmen in den Arbeitsmarkt</li> <li>Erstellung einer Präsentation als Pitch für eine</li> </ul>   | Vorlesung, Seminar, Übung mit Vortrag und Diskussion | Präsentation (maximal 15 Minuten) 100 %  | 4   | 6    | <ul style="list-style-type: none"> <li>umfassende Kenntnisse und Fähigkeiten zum Social Entrepreneurship</li> <li>Fähigkeit der kritischen Auseinandersetzung mit der Wahl des sozialen Problems, der Analyse der Wurzeln des Problems und</li> </ul>   |

|  |                   |  |   |   |          |          |  |
|--|-------------------|--|---|---|----------|----------|--|
|  |                   | <p>Unternehmensgründung oder eine Bewerbung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kritische Betrachtung von Sozialunternehmen</li> <li>• Auseinandersetzung mit der Finanzierung einer Idee/eines Projekts</li> </ul>   |   |   |          |          | <p>Entwicklung von Plänen zur Umsetzung von Lösungen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifizierung von sozialen und gesellschaftlichen Problemstellungen und Entwicklung von Ideen und Brainstorming Werkzeugen für die Abhilfe</li> <li>• vertiefte konzeptionelle und strategische Fähigkeiten zur Realisierung von Projektideen</li> <li>• vertiefte soziale Kompetenzen</li> </ul>  |
| <p><b>Nature-based Tourism and Protected Area Management</b></p> | <p><b>WPM</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Naturschutz und Naturschutzstrategien, Schutzgebietstypen, Schutzgebietsmanagement</li> <li>• Freizeit und Tourismus als Eingriffe in die Natur, Konflikte zwischen Naturschutz und Tourismus/Freizeitnutzung</li> <li>• Visitor Management und Infrastruktur</li> <li>• spezifische Angebotsformen naturbezogener Tourismusformen, Natur- und Ökotourismus – Markt</li> <li>• ökonomische Bedeutung des Tourismus für Schutzgebiete, UNESCO-Welterbegebiete</li> <li>• nationale und internationale Fallbeispiele</li> </ul> | <p>Vorlesung, Seminar, Übung, Exkursion</p> | <p>Hausarbeit 100 % (maximal 5000 Wörter / maximal 15 Seiten)</p> | <p>4</p> | <p>6</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisse zu verschiedenen Naturschutzstrategien und deren Ziele</li> <li>• Kenntnisse zu Schutzgebietskategorien und deren Relevanz für Freizeit und Tourismus und zu möglichen Eingriffen durch Freizeit und Tourismus</li> <li>• Kenntnis von Besuchermanagementstrategien und deren Umsetzung</li> <li>• Kenntnis der wesentlichen Konfliktfelder zwischen Tourismus und Naturschutz</li> <li>• Fähigkeit, Anforderungen des Naturschutzes mit den Bedürfnissen von Freizeit und Tourismus abzustimmen</li> <li>• Konfliktvermeidung oder –minimierung mittels Besuchermanagementstrategien und –maßnahmen</li> <li>• selbstständige Entwicklung von naturtouristischen Angeboten und deren Vermarktung</li> </ul> |

|  |            |  |                           |                                 |   |   |  |
|--|------------|--|---------------------------|---------------------------------|---|---|--|
| <b>Applied Data Science in Tourism</b> | <b>WPM</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>praxisorientierte Einführung in die Arbeit mit Daten für die Beantwortung von Fragestellungen im Tourismus</li> <li>Vermittlung von Grundlagen und Techniken der Datenanalyse und visuellen Aufbereitung</li> </ul> | Vorlesung, Seminar, Übung | Referat 100 % (30 Minuten)      | 4 | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>erste Kenntnisse der Programmierung</li> <li>Anwendung vorhandener Werkzeuge</li> <li>Kenntnisse von gängigen Verfahren für die Bearbeitung von Daten</li> <li>Anwendung der Verfahren anhand praktischer Probleme der Datenaufbereitung und -auswertung</li> </ul> |
| <b>Fleximodul</b>                      | <b>WPM</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Angebot erfolgt je nach aktueller Themenlage innerhalb des Studiengangs</li> </ul>  | Vorlesung, Übung, Projekt | wird mit dem Angebot festgelegt | 4 | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendung bisher erworbener Kenntnisse bei der Umsetzung in einem Projekt</li> </ul>  |

3. Fachsemester

| <b>Modulbezeichnung</b>   | <b>Pflichtmodul/<br/>Wahlpflichtmodul</b> | <b>Modulinhalt</b>  | <b>Lehrformen</b>  | <b>Prüfungsleistung</b>  |   | <b>ECTS</b> | <b>Qualifikationsziele</b>   |
|---|---|---|--|--|---|-------------|--|
| <b>Projektseminar</b>   | <b>PM</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Erarbeitung eines Projektentwurfs</li> </ul>   | Seminar (Teilnahmepflicht, da die Teilnahme für die organisatorische Vorbereitung des und Einführung in das Praxisprojekts erforderlich ist) | Beleg (Erfolgsschein) (maximal 8 Textseiten)                                     | 2 | 2           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendung der Fachkenntnisse und –fähigkeiten für die Vorbereitung des Praxisprojekts</li> </ul>  |
| <b>Praxisprojekt:</b><br><br><b>a) Praxisprojekt als Projektpraktikum</b><br><b>oder</b><br><b>b) Transferprojekt</b> | <b>PM</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendung von theoretischem Wissen und Erwerb praktischer Erfahrungen im Bereich des nachhaltigen Tourismus</li> <li>Er- und Bearbeitung eines Projekts</li> </ul> | mind. 2 Konsultationen mit dem/der jeweiligen Projektbetreuer*in   | Präsentation 100 % (maximal 30 Minuten plus 15 Minuten Diskussion/Argumentation) | 4 | 22          | <ul style="list-style-type: none"> <li>vertiefte Fachkenntnisse des ganzheitlichen Projektmanagements</li> <li>Fähigkeit zur eigenständigen Entwicklung und Erarbeitung eines konkreten und realistischen Projekts sowie zur Identifikation und Vermeidung bzw. Minimierung von Projektrisiken</li> <li>Fähigkeit, sich in bestehende Arbeitsteams einzufügen und Verantwortung für</li> </ul> |

Anlage 2 Curriculum Nachhaltiges Tourismusmanagement Vollzeit ab WS 2024/25

|  |                                |  |                                   |                                    |   |       |  |
|--|--------------------------------|--|-----------------------------------|------------------------------------|---|-------|--|
| <b>oder</b><br><b>Auslandssemester</b> | <b>Gem. Learning Agreement</b> |  |                                   |                                    |   | 18-24 | ihre Aufgabenbereiche zu übernehmen und im Team und mit Vorgesetzten kommunizieren zu können |
| <b>Aktuelle Themen</b>                 | WPM                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Platzhaltermodul für Studienangebote zu aktuellen Themen der HNEE oder anderer Hochschulen</li> </ul> | richtet sich nach der Modulauwahl | richtet sich nach der Modulauswahl | 4 | 6     | <ul style="list-style-type: none"> <li>richtet sich nach der Modulauswahl</li> </ul>         |

4. Fachsemester

| Modulbezeichnung                     | Pflichtmodul/<br>Wahlpflichtmodul | Modulinhalt  | Lehrformen   | Prüfungsleistung                  | SWS | ECTS | Qualifikationsziele  |
|--------------------------------------|-----------------------------------|--|--|-----------------------------------|-----|------|--|
| <b>Wissenschaftliches Kolloquium</b> | PM                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Entwicklung eines Forschungsdesigns / Exposés für die Masterarbeit</li> </ul> | Übung, Seminar (Teilnahmepflicht, da die Erarbeitung des Exposés für eine erfolgreiche Bearbeitung der Masterarbeit grundlegend ist) | Präsentation (maximal 20 Minuten) | 2   | 4    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendung der erworbenen Fachkenntnisse und Fähigkeiten</li> <li>eigenständige Entwicklung und Recherche zu Forschungsthemen – und Forschungsfragen</li> <li>Anwendung der Techniken der qualitativen und quantitativen und Mixed Methoden der empirischen Feldforschung und Analyse</li> </ul> |

| Abschlussarbeit     |  | Inhalt   |  | ECTS |  |
|---------------------|--|--|--|------|--|
| <b>Masterarbeit</b> |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellen einer Masterarbeit mit hohen wissenschaftlichen Arbeitstechniken und Ansprüchen in Bezug auf Recherche, Zitierung, Argumentierung, Auswertung der Ergebnisse</li> <li>• vertiefte Untersuchung zu einem Thema, das sich mit den Inhalten des MA-Studiengangs auseinandersetzt</li> <li>• Entwicklung einer Forschungsfrage, Adaption der erlernten Forschungsmethoden, Analyse und Interpretation der Ergebnisse</li> </ul> |  | 26   |  |

Abkürzungen:

PM = Pflichtmodul

WPM = Wahlpflichtmodul





**Anlage 3:**

zur SPO des Master-Studienganges Nachhaltiges Tourismusmanagement  
Teilzeitstudium gültig ab WS 2024/25

## **Ordnung für das Praxisprojekt im Teilzeit-Masterstudiengang Nachhaltiges Tourismusmanagement**

Diese Ordnung regelt das Praxisprojekt für Studierende des Masterstudienganges Nachhaltiges Tourismusmanagement, das für das 5. und 6. Fachsemester vorgesehen ist.

### **§ 1 Wahlmöglichkeit zwischen Projektpraktikum und Transferprojekt**

- (1) Studierende können unabhängig von ihren bisherigen praktischen Erfahrungen im Tourismus zwischen einem Projektpraktikum oder einem Transferprojekt in Kooperation mit einem/ einer Praxispartner\*in wählen.
- (2) Bei einem Projektpraktikum sind die Studierenden in den Betrieb eines Unternehmens oder einer Organisation integriert. Bei einem Transferprojekt erhalten die Studierenden von einem Unternehmen oder einer Organisation einen Projektauftrag, der selbstständig (individuell oder in der Gruppe) für den/die Praxispartner\*in erarbeitet wird. Es sind regelmäßige Treffen mit dem Partnerunternehmen bzw. der Partnerorganisation vorzusehen.
- (3) Für das Praktikum bzw. das Transferprojekt bewerben sich die Studierenden selbstständig um eine Projektstelle. Der/ die Praxisprojektbeauftragte des Studienganges und die Dozierenden des Studienganges können Projektvorschläge unterbreiten.

### **§ 2 Status der Studierenden**

Während des Praxisprojekts bleiben die Studierenden Mitglied der Hochschule mit allen Rechten und Pflichten. Sie sind verpflichtet, den zur Erreichung des Ausbildungszieles erforderlichen Anordnungen des Praxispartners bzw. der Praxispartnerin und der von ihr beauftragten Personen nachzukommen und die geltenden Ordnungen, insbesondere Arbeitsordnungen und Unfallverhütungsvorschriften sowie Vorschriften über die Schweigepflicht zu beachten.

### **§ 3 Verantwortung des Fachbereichs**

- (1) Die Studiengangsleitung des Masterstudienganges Nachhaltiges Tourismusmanagement beauftragt für das Praxisprojekt einen Dozenten/eine Dozentin als



Praxisprojektbeauftragte\*n. Zu seinen/ihren Aufgaben gehört unter anderem die Überprüfung des Abschlusses der Verträge mit den Praktikumsstellen. Die fachliche Betreuung der Studierenden wird nach den jeweiligen Einsatz- bzw. Themengebieten auf alle Lehrenden des Masterstudiengangs (HNEE-Projektbetreuer\*innen) verteilt.

- (2) Die Organisation von Projektbesprechungen übernehmen die jeweiligen HNEE-Projektbetreuer\*innen für die von ihnen betreuten Studierenden.

#### **§ 4 Ziele und Thema des Praxisprojekts**

- (1) Ziel des Praxisprojekts ist die Anwendung von theoretischem Wissen und der Erwerb von praktischen Erfahrungen im Bereich des nachhaltigen Tourismus. Es ist sicherzustellen, dass hierbei das Anspruchsniveau eines Master-Studiengangs erfüllt wird. Innerhalb des Praxisprojektes wird von den Studierenden ein diesem Ziel entsprechendes Projekt selbständig bearbeitet. Bearbeitet werden i.d.R.:

- Durchführung von Studien- und Forschungsprojekten (Machbarkeitsanalysen, Marktstudien, etc.)
- Erarbeitung umsetzungsfähiger Konzepte/Pläne zur nachhaltigen Entwicklung
- Entwicklung von touristischen Angeboten, Marketingstrategien
- Erarbeitung von Weiterbildungsangeboten, Handbüchern

- (2) Nach Rücksprache mit dem/der Praxisprojektbeauftragten des Master-Studiengangs sind andere Schwerpunkte möglich, jedoch sollte in jedem Fall ein Tourismusbezug bestehen, der durch einen Nachhaltigkeitsbezug ergänzt werden kann.

#### **§ 5 Vertrag über das Projektpraktikum bzw. Transferprojekt**

Spätestens zwei Wochen vor Beginn des Praxisprojektes schließen der/die Studierende und der/die Praxispartner\*in einen Vertrag über das Projektpraktikum bzw. Transferprojekt ab. Für das Projektpraktikum wird empfohlen, das Vertragsmuster der Hochschule für nachhaltige Entwicklung zu verwenden. Eine Kopie des Vertrages ist dem/der Praxisprojektverantwortliche\*n zu übersenden. Für Transferprojekte genügt eine einfache schriftliche Vereinbarung mit dem/der Praxispartner\*in über die Kooperation während der Projektdauer.

#### **§ 6 Dauer des Projekt-Praktikums bzw. des Transferprojektes**

Das Praxisprojekt umfasst einen Zeitraum von 32 Wochen.



## **§ 7 Fristen**

- (1) Das Praxisprojekt kann frühestens ab 01.09. und muss spätestens bis zum 1.10. des 5. Fachsemesters begonnen werden.
- (2) Die Studierenden müssen sich bis 31.07. des jeweils dem Praktikumsprojekt vorangehenden Sommersemesters für eine\*n HNEE- Projektbetreuer\*in aus der Liste, die bei der/dem Praxisprojektbeauftragten vorliegt, entscheiden.
- (3) Bis spätestens zwei Wochen vor Projektbeginn muss eine Kopie des Praktikumsvertrags zwischen der/dem Studierenden und der/dem Praxispartner\*in inkl. einer Kurzbeschreibung auf der entsprechenden Moodle-Website hochgeladen werden.
- (4) Wird das Praktikum oder das Transferprojekt nicht bis zum 1.10. begonnen oder wird keine Fristverlängerung bei der/dem Praxisprojektbeauftragten beantragt, gilt es als nicht bestanden. Eine Wiederholung kann noch im laufenden Semester erfolgen. Der Beginn der Wiederholung wird von dem/der Praktikumsbeauftragten festgelegt.
- (5) Es besteht die Möglichkeit, das Projektpraktikum bzw. Transferprojekt in Abstimmung mit dem/der Praxisprojektbeauftragten und dem/der HNEE-Betreuer\*in über die vorgesehene Dauer gem. § 6 hinaus maximal um 4 Wochen zu verlängern.

## **§ 8 Arbeitszeit**

- (1) Die tägliche Arbeitszeit entspricht im Fall des Projektpraktikums einer Halbzeitstelle der Praktikumsstelle und im Fall des Transferprojekts einem Halbzeitäquivalent.
- (2) Die Bearbeitung des Projektthemas erfolgt in angemessenem Umfang innerhalb der Arbeitszeit.
- (3) Eine Unterbrechung des Praxisprojektes ist nur in zwingenden Fällen mit Zustimmung der HNEE-Betreuer\*in möglich. Ausfallzeiten innerhalb des Praxisprojektes sind zu begründen und sowohl dem/ der Projektbetreuer\*in als auch der Praxisprojektbeauftragten der HNEE und im Fall des Projektpraktikums der/dem Betreuer\*in der Praktikumsstelle unverzüglich nachzuweisen. Ausfallzeiten über 5 Arbeitstage sind nachzuholen.

## **§ 9 Praktikums- bzw. projektbegleitende Lehrveranstaltungen**

- (1) Zu Beginn des 5. Fachsemesters findet als Online-Veranstaltung ein einführendes Projektseminar statt. Durch das Projektseminar werden die Studierenden auf das Praxisprojekt sowohl organisatorisch als auch in Bezug auf das Thema Projektmanagement fachlich vorbereitet. Während des Seminars wird ein Entwurf für



das eigene Projekt erarbeitet. Für die Teilnahme an dem Seminar müssen die Studierenden von ihrem/ ihrer Praxispartner\*in freigestellt werden.

- (2) Zur fachlichen Betreuung des Projektes sind während des Praxisprojektes mindestens zwei Projektkonsultationen zwischen dem/ der jeweiligen HNEE-Projektbetreuer\*in und den entsprechenden Studierenden zu vereinbaren. Die erste Projektkonsultation ist kurz nach Beginn des Projektes zu planen. Die Studierenden präsentieren bei diesem Termin ihren Projektentwurf inkl. des Projektstrukturplans (Zeitplan). Die Studierenden erhalten bei diesem Termin von dem/ der HNEE-Projektbetreuer\*in individuell ein Feedback. Die zweite Projektkonsultation ist vor dem Ende des Projektes zu vereinbaren. Die Studierenden stellen hierbei den Gliederungsentwurf des Projektberichts vor und erhalten diesbezüglich eine Rückmeldung von dem/ der HNEE-Projektbetreuer\*in.

## **§ 10 Prüfungsleistung**

Die das Praxisprojekt abschließende Prüfungsleistung ist eine Präsentation des erarbeiteten Projekts.



## Diploma Supplement

Diese Diploma Supplement-Vorlage wurde von der Europäischen Kommission, dem Europarat und UNESCO/CEPES entwickelt. Das Diploma Supplement soll hinreichende Daten zur Verfügung stellen, die die internationale Transparenz und angemessene akademische und berufliche Anerkennung von Qualifikationen (Urkunden, Zeugnisse, Abschlüsse, Zertifikate, etc.) verbessern. Das Diploma Supplement beschreibt Eigenschaften, Stufe, Zusammenhang, Inhalte sowie Art des Abschlusses des Studiums, das von der in der Originalurkunde bezeichneten Person erfolgreich abgeschlossen wurde. Die Originalurkunde muss diesem Diploma Supplement beigelegt werden. Das Diploma Supplement sollte frei sein von jeglichen Werturteilen, Äquivalenzaussagen oder Empfehlungen zur Anerkennung. Es sollte Angaben in allen acht Abschnitten enthalten. Wenn keine Angaben gemacht werden, sollte dies durch eine Begründung erläutert werden.

---

### 1. ANGABEN ZUM INHABER/ZUR INHABERIN DER QUALIFIKATION

1.1 Familienname(n) / 1.2 Vorname(n)

1.3 Geburtsdatum (TT/MM/JJJJ)

1.4 Matrikelnummer oder Code zur Identifizierung des/der Studierenden (wenn vorhanden)

### 2. ANGABEN ZUR QUALIFIKATION

2.1 Bezeichnung der Qualifikation und (wenn vorhanden) verliehener Grad (in der Originalsprache)  
Master of Arts (M.A.)

2.2 Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation  
Nachhaltiges Tourismusmanagement

2.3 Name und Status (Typ/Trägerschaft) der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat (in der Originalsprache)  
Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (Hochschule für Angewandte  
Wissenschaften des Landes Brandenburg, staatliche Institution)  
Fachbereich Nachhaltige Wirtschaft

2.4 Name und Status (Typ/Trägerschaft) der Einrichtung (falls nicht mit 2.3 identisch), die den Studiengang durchgeführt hat  
(in der Originalsprache)  
-

2.5 Im Unterricht / in der Prüfung verwendete Sprache(n)  
Deutsch, Englisch

Datum der Zertifizierung:

Vorsitzende/ Vorsitzender des  
Prüfungsausschusses

### 3. ANGABEN ZU EBENE UND ZEITDAUER DER QUALIFIKATION

#### 3.1 Ebene der Qualifikation

Hochschulabschluss, konsekutiv, einschließlich Master-Thesis

#### 3.2 Offizielle Dauer des Studiums (Regelstudienzeit) in Leistungspunkten und/oder Jahren

2 Jahre / 4 Semester (Vollzeitstudium), 120 ECTS-Leistungspunkte

#### 3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

Hochschulzugangsberechtigung oder Äquivalent, erster akademischer Abschluss mit Tourismusbezug sowie besondere Sprachkenntnisse (Englisch B2 GER)

Folgende erste akademische Abschlüsse werden zur Zulassung anerkannt:

- Mindestens dreijähriger (180 ECTS- Leistungspunkten) tourismusbezogener Bachelor-Abschluss (betriebswirtschaftlich oder geographisch ausgerichtet)
- Mindestens dreijähriger (180 ECTS- Leistungspunkten) Bachelor-Abschluss oder höher qualifizierter Abschluss wie Diplom (FH), Magister, Diplom oder 1. Staatsexamen in einem anderen Fach mit tourismuswirtschaftlichem oder freizeitwissenschaftlichem Lehrangebot im Umfang von mindestens 30 ECTS- Leistungspunkten
- Mindestens dreijähriger (180 ECTS) tourismusbezogener akkreditierter Ausbildungsabschluss einer staatlich anerkannten Berufsakademie

### 4. ANGABEN ZUM INHALT DES STUDIUMS UND ZU DEN ERZIELTEN ERGEBNISSEN

#### 4.1 Studienform

Vollzeit, modularisiert, integriertes Projekt-Praktikum, Transferprojekt oder Auslandssemester (24 ECTS)

#### 4.2 Lernergebnisse des Studiengangs

**Ziel des Master- Studienganges:**

Absolvent\*innen des Master-Studiengangs verfügen über besondere Fach- und Methodenkenntnissen zur Entwicklung, Förderung und Umsetzung nachhaltiger Tourismuspraktiken auf Unternehmens- und Destinationsebene. Dazu gehören Kenntnisse von Planungsprozessen, Managementfähigkeiten sowie Marketing- und technologische Kompetenzen. Die Absolvent\*innen des Masterprogramms verfügen über besondere fachliche Kenntnisse in den folgenden Bereichen:

- ökologische, strukturelle und soziokulturelle Grundlagen und Voraussetzungen eines nachhaltigen Tourismus,
- ökonomische und digitale Aspekte einer auf Nachhaltigkeit und Transformation orientierten Tourismuswirtschaft,
- Data Literacy, als die Fähigkeiten, sicher mit Daten umzugehen, wie zum Beispiel das Finden, Erzeugen, Lesen, Vorverarbeiten, Analysieren und Verstehen von Daten sowie deren (visuelle) Aufbereitung für eine datenbasierte Kommunikation an touristischen Beispielen,
- Marketingmanagement als wesentliches strategisches Element des Tourismus, insbesondere unter Berücksichtigung digitaler Medien,
- Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement, im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung von Regionen und Schutzgebieten.

Weiterhin sind, je nach Vertiefungsrichtung, fachliche Kenntnisse in folgenden Bereichen erworben worden:

- Social Entrepreneurship in Tourism
- Applied Data Science in Tourism
- Nature-based Tourism and Protected Area Management
- Fleximodul

Die Absolvent\*innen des Studiengangs verfügen außerdem über fundierte Entscheidungs- und Handlungskompetenzen zur Problemlösung. Sie sind in der Lage, eigenständig praxisrelevante Projekte zum nachhaltigen Tourismus zu planen, durchzuführen und zu evaluieren. Darüber hinaus haben sie die Fähigkeit erlangt, eigene Forschungsvorhaben zum nachhaltigen Tourismus auf Basis wissenschaftlicher Methoden aus dem Bereich der empirischen Sozialforschung zu planen, durchzuführen und zu evaluieren.

Aufgrund der vielfältigen Unterrichtsmethoden haben die Absolvent\*innen des Studiengangs umfassende Sozialkompetenzen erlangt (Kommunikations-, Motivations- und Konfliktfähigkeit, Teamgeist).

#### **Qualifikationsprofil des Absolventen/der Absolventin**

Während des Studiums erlangen die Studierenden Qualifikationen in verschiedenen Bereichen ihres zukünftigen Einsatzgebiets. Die übergeordneten Studienziele konzentrieren sich dabei auf die gängigsten Einsatzbereiche. Nichtsdestotrotz sind die Einsatzmöglichkeiten umfangreicher als in der folgenden Übersicht dargestellt, in der die zukünftige Qualifikation aller Studierenden aufgeführt ist.

| Übergeordnete Studienziele  | Befähigungsziele im Sinne von Lernergebnissen  | Module  |
|---|--|---|
| <p><b>Tourismus Destinationsmanager*in</b><br/>Die Absolvent*innen sind in Deutschland und international im Management von Tourismusdestinationen tätig. Sie entwickeln Tourismus- und Marketingstrategien und setzen sie um.</p>   | <p><b>Kenntnisse</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über eine breite, disziplinbezogene Wissensbasis, insbesondere anwendungsbezogene Kenntnisse des Managements von Tourismusdestinationen, Unterkünften oder auch Reiseveranstaltern, Technologieunternehmen sowie zur Planung, Kommunikation und Umsetzung von Strategien.</p> <p><b>Fertigkeiten</b><br/>Die Absolvent*innen sind zur strategischen Planung, zum Management und zur Vermarktung von Tourismusorten, -destinationen und -unternehmen befähigt.</p> <p><b>Kompetenzen</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über Kompetenzen im Bereich der Selbstorganisation und des Zeitmanagements, des Informationsmanagements sowie über Kommunikations- und Teamfähigkeit, Führungskompetenzen und Fähigkeiten zum Konfliktmanagement.</p> | <p><b>Besonders wichtig für Studienziele</b><br/>PM Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement<br/>PM Data Literacy<br/>PM Sustainable Marketing Management Cases &amp; CRM<br/>PM Applied Tourism Management Project<br/>PM Projekt-Praktikum bzw. Transferprojekt</p> <p><b>Wichtig für Studienziele</b><br/>PM Tourismusökonomie, digitale Transformation und Ethik<br/>PM Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales und Kultur<br/>WPM Social Entrepreneurship in Tourism</p> |
| <p><b>Tourismus-Berater*in</b><br/>Die Absolvent*innen sind in Tourismusberatungs- und -marketingunternehmen tätig und entwickeln dort nachhaltige Tourismusstrategien und -konzepte im Auftrag von öffentlichen und privaten Auftraggebern im nationalen und internationalen Kontext</p> | <p><b>Kenntnisse</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über eine breite, disziplinbezogene Wissensbasis, insbesondere anwendungsbezogene Kenntnisse der strategischen Entwicklung und Vermarktung von Tourismusdestinationen sowie zur Planung, Kommunikation und Umsetzung von Strategien.</p> <p><b>Fertigkeiten</b><br/>Die Absolvent*innen sind zur strategischen Planung, zum Management und zur Vermarktung von Tourismusorten, -destinationen und -unternehmen befähigt.</p> <p><b>Kompetenzen</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über Kompetenzen im Bereich der Selbstorganisation und des Zeitmanagements, des Informationsmanagements sowie über Kommunikations- und Teamfähigkeit, Führungskompetenzen und Fähigkeiten zum Konfliktmanagement.</p>                                      | <p><b>Besonders wichtig für Studienziele</b><br/>PM Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement<br/>PM Data Literacy<br/>PM Sustainable Marketing Management Cases &amp; CRM<br/>PM Applied Tourism Management Project<br/>PM Projekt-Praktikum bzw. Transferprojekt</p> <p><b>Wichtig für Studienziele</b><br/>PM Tourismusökonomie, digitale Transformation und Ethik<br/>PM Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales und Kultur<br/>WPM Social Entrepreneurship in Tourism</p> |
| <p><b>Fachkraft für nachhaltigen Tourismus in Umwelt- und Naturschutzorganisationen sowie in Großschutzgebieten</b><br/>Die Absolvent*innen entwickeln nachhaltige Tourismusstrategien und setzen sie im Rahmen von breiter gefassten Nachhaltigkeits- und Naturschutzstrategien um.</p>  | <p><b>Kenntnisse</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über eine breite, disziplinbezogene Wissensbasis, insbesondere anwendungsbezogene Kenntnisse im Rahmen von Naturschutz- und nachhaltigen Landnutzungsstrategien</p> <p><b>Fertigkeiten</b><br/>Die Absolvent*innen sind zur strategischen Planung, zum Management und zur Vermarktung von nachhaltigem Tourismus in Großschutzgebieten befähigt.</p> <p><b>Kompetenzen</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über Kompetenzen im Bereich der Selbstorganisation und des Zeitmanagements, des Informationsmanagements sowie Kommunikations- und Teamfähigkeit, Führungskompetenzen und Fähigkeiten zum</p>   | <p><b>Besonders wichtig für Studienziele</b><br/>PM Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales und Kultur<br/>WPM Nature-based Tourism and Protected Area Management<br/>PM Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement</p> <p><b>Wichtig für Studienziele</b><br/>PM Projekt-Praktikum bzw. Transferprojekt</p>  |



|  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>Wissenschaftliche*r Mitarbeiter*in in Forschung und Lehre des nachhaltigen Tourismus</b><br/><i>Die Absolvent*innen sind Mitarbeiter*innen in Forschungs- und Entwicklungsprojekten im Bereich des nachhaltigen Tourismus sowie anderen Themen, die den Tourismus tangieren (Klimawandel, demografischer Wandel, etc.)</i></p> | <p>Konfliktmanagement.</p> <p><b>Kenntnisse</b><br/>Die Absolvent*innen besitzen Wissen über grundlegende ökologische, ökonomische, soziale und organisatorische Prozesse der Nachhaltigkeit im Tourismus sowie über natur- und sozialwissenschaftliche Methoden und Instrumente.</p> <p><b>Fertigkeiten</b><br/>Die Absolvent*innen sind in der Lage, die ökologischen, ökonomischen, sozialen und organisatorischen Komponenten und Zusammenhänge des Tourismus wissenschaftlich zu analysieren und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.</p> <p><b>Kompetenzen</b><br/>Die Absolvent*innen beherrschen analytisches und theoretisches Denken.</p>  | <p><b>Besonders wichtig für Studienziele</b><br/>PM Data Literacy<br/>PM Masterarbeit<br/>PM Master-Kolloquium und Forschungsmethoden<br/><b>Wichtig für Studienziele</b><br/>PM Tourismusökonomie, digitale Transformation und Ethik<br/>PM Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales und Kultur<br/>WPM Social Entrepreneurship in Tourism</p>  |
| <p><b>Mitarbeiter*in bei Reiseveranstaltern</b><br/>Die Absolvent*innen entwickeln und vermarkten nachhaltige Reisen. Sie entwickeln nachhaltige Unternehmensstrategien und setzen sie um.</p>   | <p><b>Kenntnisse</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über eine breite, disziplinbezogene Wissensbasis, insbesondere anwendungsbezogene Kenntnisse der strategischen Entwicklung und Vermarktung von Nachhaltigkeit im Tourismus sowie zur Planung, Kommunikation und Umsetzung von Unternehmensstrategien.</p> <p><b>Fertigkeiten</b><br/>Die Absolvent*innen sind zur strategischen Planung, zum Management und zur Vermarktung von Nachhaltigkeit im Tourismus befähigt.</p> <p><b>Kompetenzen</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über Kompetenzen im Bereich der Selbstorganisation und des Zeitmanagements, des Informationsmanagements sowie über Kommunikations- und Teamfähigkeit, Führungskompetenzen und Fähigkeiten zum Konfliktmanagement.</p>  | <p><b>Besonders wichtig für Studienziele</b><br/>PM Tourismusökonomie, digitale Transformation und Ethik<br/>PM Sustainable Marketing Management Cases &amp; CRM<br/>PM Applied Tourism Management Project<br/>PM Projekt-Praktikum bzw. Transferprojekt<br/>WPM Social Entrepreneurship in Tourism<br/><b>Wichtig für Studienziele</b><br/>PM Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales und Kultur</p>   |
| <p><b>Unternehmensgründung im Bereich nachhaltiger Tourismus</b><br/>Die Absolvent*innen gründen ein eigenes Unternehmen im Bereich des nachhaltigen Tourismus (Reiseveranstalter, Consultant, Unterkünfte, Co-Working Space, Events, Start-Ups im Technologiebereich, etc.)</p>   | <p><b>Kenntnisse</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über eine breite, disziplinbezogene Wissensbasis, insbesondere anwendungsbezogene Kenntnisse der strategischen Entwicklung und Vermarktung von Nachhaltigkeit im Tourismus sowie zur Planung, Kommunikation und Umsetzung von Strategien. Sie haben eigene Unternehmensideen.</p> <p><b>Fertigkeiten</b><br/>Die Absolvent*innen sind zur Entwicklung eigener Unternehmensideen im nachhaltigen Tourismus sowie zu deren strategischen Planung, Entwicklung, und Umsetzung befähigt.</p> <p><b>Kompetenzen</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über Kompetenzen im Bereich der Selbstorganisation und des Zeitmanagements, des Informationsmanagements sowie über Kommunikations- und Teamfähigkeit, Führungskompetenzen und Unternehmertum.</p> | <p><b>Besonders wichtig für Studienziele</b><br/>PM Tourismusökonomie, digitale Transformation und Ethik<br/>WPM Social Entrepreneurship in Tourism<br/>PM Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement<br/>WPM Nature-based Tourism and Protected Area Management<br/>PM Data Literacy<br/><b>Wichtig für Studienziele</b><br/>PM Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales und Kultur<br/>PM Sustainable Marketing Management Cases &amp; CRM<br/>PM Applied Tourism Management Project</p> |
| <p><b>Tourismusexperte*in der Entwicklungszusammenarbeit</b><br/>Die Absolvent*innen konzipieren Tourismusstrategien zur Unterstützung der Implementierung</p>   | <p><b>Kenntnisse</b><br/>Die Absolvent*innen verfügen über eine breite, disziplinbezogene Wissensbasis und kennen Grundlagen und Theorien im Kontext von Entwicklung und internationaler</p>  | <p><b>Besonders wichtig für Studienziele</b><br/>PM Tourismus in den Dimensionen Umwelt, Soziales</p>   |

der Sustainable Development Goals in Entwicklungs- und Schwellenländern. Sie managen Tourismusprojekte und beraten andere Entwicklungsprojekte bei der Umsetzung von Tourismuskomponenten.

Entwicklungszusammenarbeit.

**Fertigkeiten**

Die Absolvent\*innen sind zur strategischen Planung, zum Management und zum Monitoring von Tourismusprojekten in der Entwicklungszusammenarbeit befähigt.

**Kompetenzen**

Die Absolvent\*innen verfügen insbesondere über Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie über Konfliktmanagementfähigkeiten in einem internationalen und interkulturellen Kontext.

und Kultur

PM Tourismusökonomie,  
digitale Transformation und  
Ethik  
PM Nachhaltigkeit im  
Destinationsmanagement  
PM Data Literacy

#### 4.3 Einzelheiten zum Studiengang, individuell erworbene Leistungspunkte und erzielte Noten

Das Studium ist ein Vollzeitstudium mit einer Regelstudienzeit von vier Fachsemestern. Der studentische Arbeitsaufwand (workload) für einen ECTS-Leistungspunkt wird mit 30 Stunden veranschlagt.

Individuell erworbene Leistungspunkte und erzielte Noten sind im Abschlusszeugnis ausgewiesen.

#### 4.4 Notensystem und, wenn vorhanden, Notenspiegel

Das Notensystem entspricht den Standards des europäischen Systems zur Übertragung von Studienleistungen (ECTS).

#### 4.5 Gesamtnote (in Originalsprache)

Die Gesamtnote errechnet sich als gewichtetes Mittel der Modulnoten, in dem die Modulnoten einschließlich der Noten der Projektarbeit und der Masterarbeit entsprechend ihren akademischen Leistungspunkten für den Studierenden gewichtet werden.

Sie wird im Abschlusszeugnis ausgewiesen.

## 5. ANGABEN ZUR BERECHTIGUNG DER QUALIFIKATION

### 5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Der Abschluss Master of Arts berechtigt zur Promotion

### 5.2 Zugang zu reglementierten Berufen (sofern zutreffend)

Der mit einer Urkunde belegte Abschlussgrad Master of Arts berechtigt die Absolvent\*innen, die rechtlich geschützte Berufsbezeichnung „Master of Arts“ (M.A.) zu führen. Der Abschluss berechtigt außerdem zum Zugang zum Höheren Dienst.

## 6. WEITERE ANGABEN

### 6.1 Weitere Angaben

### 6.2 Weitere Informationsquellen

## 7. ZERTIFIZIERUNG DES DIPLOMA SUPPLEMENTS

Dieses Diploma Supplement nimmt Bezug auf folgende Original-Dokumente:  
Urkunde über die Verleihung des Grades vom [Datum]

Prüfungszeugnis vom [Datum]

Transkript vom [Datum]

Datum der Zertifizierung:

---

Offizieller Stempel/Siegel

Vorsitzende/ Vorsitzender des Prüfungsausschusses

## 8. ANGABEN ZUM NATIONALEN HOCHSCHULSYSTEM

Die Informationen über das nationale Hochschulsystem auf den folgenden Seiten geben Auskunft über die Qualifikation und den Status der Institution, die sie vergeben hat.

**8. INFORMATIONEN ZUM HOCHSCHULSYSTEM IN DEUTSCHLAND<sup>1</sup>**

**8.1 Die unterschiedlichen Hochschulen und ihr institutioneller Status**

Die Hochschulausbildung wird in Deutschland von drei Arten von Hochschulen angeboten.<sup>2</sup>

- *Universitäten*, einschließlich verschiedener spezialisierter Institutionen, bieten das gesamte Spektrum akademischer Disziplinen an. Traditionell liegt der Schwerpunkt an deutschen Universitäten besonders auf der Grundlagenforschung, so dass das fortgeschrittene Studium vor allem theoretisch ausgerichtet und forschungsorientiert ist.

- *Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW)* konzentrieren ihre Studienangebote auf ingenieurwissenschaftliche technische Fächer und wirtschaftswissenschaftliche Fächer, Sozialarbeit und Design. Der Auftrag von angewandter Forschung und Entwicklung impliziert einen praxisorientierten Ansatz und eine ebensolche Ausrichtung des Studiums, was häufig integrierte und begleitete Praktika in Industrie, Unternehmen oder anderen einschlägigen Einrichtungen einschließt.

- *Kunst- und Musikhochschulen* bieten Studiengänge für künstlerische Tätigkeiten an, in Bildender Kunst, Schauspiel und Musik, in den Bereichen Regie, Produktion und Drehbuch für Theater, Film und andere Medien sowie in den Bereichen Design, Architektur, Medien und Kommunikation.

Hochschulen sind entweder staatliche oder staatlich anerkannte Institutionen. Sowohl in ihrem Handeln einschließlich der Planung von Studiengängen als auch in der Festsetzung und Zuerkennung von Studienabschlüssen unterliegen sie der Hochschulgesetzgebung.

**8.2 Studiengänge und -abschlüsse**

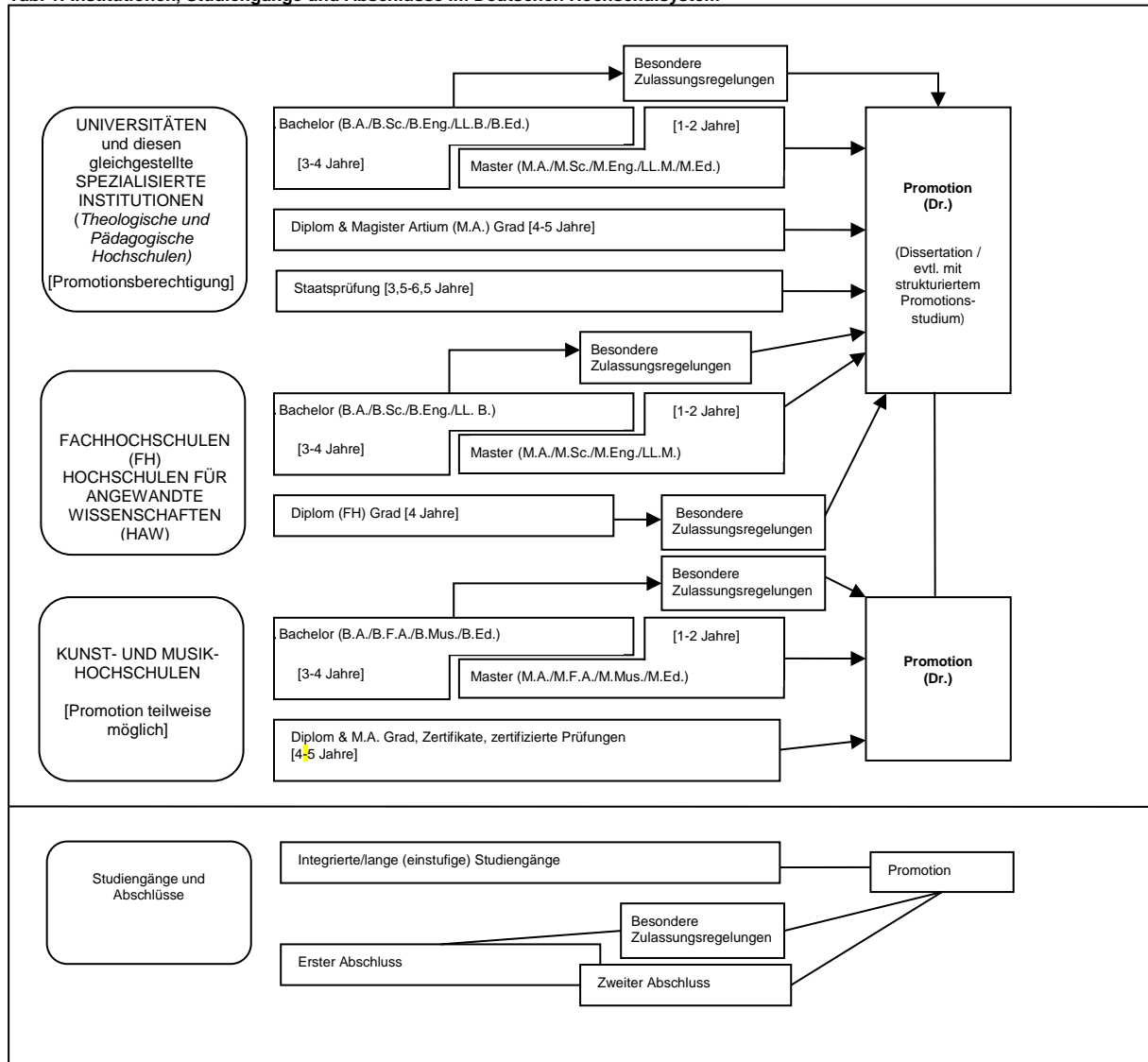
In allen Hochschularten wurden die Studiengänge traditionell als integrierte „lange“ (einstufige) Studiengänge angeboten, die entweder zum Diplom oder zum Magister Artium führten oder mit einer Staatsprüfung abschlossen.

Im Rahmen des Bologna-Prozesses wird das einstufige Studiensystem sukzessive durch ein zweistufiges ersetzt. Seit 1998 wurden in fast allen Studiengängen gestufte Abschlüsse (Bachelor und Master) eingeführt. Dies soll den Studierenden mehr Wahlmöglichkeiten und Flexibilität beim Planen und Verfolgen ihrer Lernziele bieten sowie Studiengänge international kompatibler machen.

Die Abschlüsse des deutschen Hochschulsystems einschließlich ihrer Zuordnung zu den Qualifikationsstufen sowie die damit einhergehenden Qualifikationsziele und Kompetenzen der Absolventinnen und Absolventen sind im Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR)<sup>3</sup> beschrieben. Die drei Stufen des HQR sind den Stufen 6, 7 und 8 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR)<sup>4</sup> und des Europäischen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (EQR)<sup>5</sup> zugeordnet.

Einzelheiten s. Abschnitte 8.4.1, 8.4.2 bzw. 8.4.3. Tab. 1 gibt eine zusammenfassende Übersicht.

**Tab. 1: Institutionen, Studiengänge und Abschlüsse im Deutschen Hochschulsystem**



### 8.3 Anerkennung/Akkreditierung von Studiengängen und Abschlüssen

Um die Qualität und die Vergleichbarkeit von Qualifikationen sicherzustellen, müssen sich sowohl die Organisation und Struktur von Studiengängen als auch die grundsätzlichen Anforderungen an Studienabschlüsse an den Prinzipien und Regelungen der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder (KMK) orientieren.<sup>6</sup> Seit 1999 existiert ein bundesweites Akkreditierungssystem für Bachelor- und Masterstudiengänge, nach dem alle neu eingeführten Studiengänge akkreditiert werden. Akkreditierte Studiengänge sind berechtigt, das Qualitätssiegel des Akkreditierungsrates zu führen.<sup>7</sup>

### 8.4 Organisation und Struktur der Studiengänge

Die folgenden Studiengänge können von allen drei Hochschularten angeboten werden. Bachelor- und Masterstudiengänge können nacheinander, an unterschiedlichen Hochschulen, an unterschiedlichen Hochschularten und mit Phasen der Erwerbstätigkeit zwischen der ersten und der zweiten Qualifikationsstufe studiert werden. Bei der Planung werden Module und das Europäische System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen (ECTS) verwendet, wobei einem Semester 30 Kreditpunkte entsprechen.

#### 8.4.1 Bachelor

In Bachelorstudiengängen werden wissenschaftliche Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsbezogene Qualifikationen vermittelt. Der Bachelorabschluss wird nach 3 bis 4 Jahren vergeben. Zum Bachelorstudiengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit. Studiengänge, die mit dem Bachelor abgeschlossen werden, müssen gemäß dem Studienakkreditierungsstaatsvertrag akkreditiert werden.<sup>8</sup> Studiengänge der ersten Qualifikationsstufe (Bachelor) schließen mit den Graden Bachelor of Arts (B.A.), Bachelor of Science (B.Sc.), Bachelor of Engineering (B.Eng.), Bachelor of Laws (LL.B.), Bachelor of Fine Arts (M.F.A.), Bachelor of Music (B.Mus.) oder Bachelor of Education (B.Ed.) ab. Der Bachelorgrad entspricht der Qualifikationsstufe 6 des DQR/EQR.

#### 8.4.2 Master

Der Master ist der zweite Studienabschluss nach weiteren 1 bis 2 Jahren. Masterstudiengänge können nach den Profiltypen „anwendungsorientiert“ und „forschungsorientiert“ differenziert werden. Die Hochschulen legen das Profil fest. Zum Masterstudiengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit. Studiengänge, die mit dem Master abgeschlossen werden, müssen gemäß dem Studienakkreditierungsstaatsvertrag akkreditiert werden.<sup>9</sup> Studiengänge der zweiten Qualifikationsstufe (Master) schließen mit den Graden Master of Arts (M.A.), Master of Science (M.Sc.), Master of Engineering (M.Eng.), Master of Laws (LL.M.), Master of Fine Arts (M.F.A.), Master of Music (M.Mus.) oder Master of Education (M.Ed.) ab. Weiterbildende Masterstudiengänge können andere Bezeichnungen erhalten (z.B. MBA). Der Mastergrad entspricht der Qualifikationsstufe 7 des DQR/EQR.

#### 8.4.3 Integrierte „lange“ einstufige Studiengänge: Diplom, Magister Artium, Staatsprüfung

Ein integrierter Studiengang ist entweder mono-disziplinär (Diplomabschlüsse und die meisten Staatsprüfungen) oder besteht aus einer Kombination von entweder zwei Hauptfächern oder einem Haupt- und zwei Nebenfächern (Magister Artium). Das Vorstudium (1,5 bis 2 Jahre) dient der breiten Orientierung und dem Grundlagenerwerb im jeweiligen Fach. Eine Zwischenprüfung (bzw. Vordiplom) ist Voraussetzung für die Zulassung zum Hauptstudium, d.h. zum fortgeschrittenen Studium und der Spezialisierung. Voraussetzung für den Abschluss sind die Vorlage einer schriftlichen Abschlussarbeit (Dauer bis zu 6 Monaten) und umfangreiche schriftliche und mündliche Abschlussprüfungen. Ähnliche Regelungen gelten für die Staatsprüfung. Die erworbene Qualifikation entspricht dem Master.

- Die Regelstudienzeit an *Universitäten* beträgt bei integrierten Studiengängen 4 bis 5 Jahre (Diplom, Magister Artium) oder 3,5 bis 6,5 Jahre (Staatsprüfung). Mit dem Diplom werden ingenieur-, natur- und wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge abgeschlossen. In den Geisteswissenschaften ist der entsprechende Abschluss in der Regel der Magister Artium (M.A.). In den Sozialwissenschaften variiert die Praxis je nach Tradition der jeweiligen Hochschule. Juristische, medizinische und pharmazeutische Studiengänge schließen mit der Staatsprüfung ab. Dies gilt in einigen Ländern auch für Lehramtsstudiengänge. Die drei Qualifikationen (Diplom, Magister Artium und Staatsprüfung) sind akademisch gleichwertig und auf der Qualifikationsstufe 7 des DQR/EQR angesiedelt. Sie bilden die formale Voraussetzung zur Promotion. Weitere Zulassungsvoraussetzungen können von der Hochschule festgelegt werden, s. Abschnitt 8.5.

- Die Regelstudienzeit an *Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW)* beträgt bei integrierten Studiengängen 4 Jahre und schließt mit dem Diplom (FH) ab. Dieses ist auf der Qualifikationsstufe 6 des DQR/EQR angesiedelt. Qualifizierte Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften können sich für die Zulassung zur

Promotion an promotionsberechtigten Hochschulen bewerben, s. Abschnitt 8.5.

- Das Studium an *Kunst- und Musikhochschulen* ist in seiner Organisation und Struktur abhängig vom jeweiligen Fachgebiet und der individuellen Zielsetzung. Neben dem Diplom- bzw. Magisterabschluss gibt es bei integrierten Studiengängen Zertifikate und zertifizierte Abschlussprüfungen für spezielle Bereiche und berufliche Zwecke.

### 8.5 Promotion

Universitäten, gleichgestellte Hochschulen sowie einige Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) und einige Kunst- und Musikhochschulen sind promotionsberechtigt. Formale Voraussetzung für die Zulassung zur Promotion ist ein qualifizierter Masterabschluss (Fachhochschulen und Universitäten), ein Magisterabschluss, ein Diplom, eine Staatsprüfung oder ein äquivalenter ausländischer Abschluss. Entsprechende Abschlüsse von Kunst- und Musikhochschulen können in Ausnahmefällen (wissenschaftliche Studiengänge, z.B. Musiktheorie, Musikwissenschaften, Kunst- und Musikpädagogik, Medienwissenschaften) formal den Zugang zur Promotion eröffnen. Besonders qualifizierte Inhaber eines Bachelorgrades oder eines Diploms (FH) können ohne einen weiteren Studienabschluss im Wege eines Eignungsfeststellungsverfahrens zur Promotion zugelassen werden. Die Universitäten bzw. promotionsberechtigten Hochschulen regeln sowohl die Zulassung zur Promotion als auch die Art der Eignungsprüfung. Voraussetzung für die Zulassung ist außerdem, dass das Promotionsprojekt von einem Hochschullehrer als Betreuer angenommen wird.

Die Promotion entspricht der Qualifikationsstufe 8 des DQR/EQR.

### 8.6 Benotungsskala

Die deutsche Benotungsskala umfasst üblicherweise 5 Grade (mit zahlenmäßigen Entsprechungen; es können auch Zwischennoten vergeben werden): „Sehr gut“ (1), „Gut“ (2), „Befriedigend“ (3), „Ausreichend“ (4), „Nicht ausreichend“ (5). Zum Bestehen ist mindestens die Note „Ausreichend“ (4) notwendig. Die Bezeichnung für die Noten kann in Einzelfällen und für die Promotion abweichen. Außerdem findet eine Einstufungstabelle nach dem Modell des ECTS-Leitfadens Verwendung, aus der die relative Verteilung der Noten in Bezug auf eine Referenzgruppe hervorgeht.

### 8.7 Hochschulzugang

Die Allgemeine Hochschulreife (Abitur) nach 12 bis 13 Schuljahren ermöglicht den Zugang zu allen Studiengängen. Die Fachgebundene Hochschulreife ermöglicht den Zugang zu allen Studiengängen an Fachhochschulen, an Universitäten und gleichgestellten Hochschulen, aber nur zu bestimmten Fächern. Das Studium an Fachhochschulen ist auch mit der Fachhochschulreife möglich, die in der Regel nach 12 Schuljahren erworben wird. Der Zugang zu Studiengängen an Kunst- und Musikhochschulen und entsprechenden Studiengängen an anderen Hochschulen sowie der Zugang zu einem Sportstudiengang kann auf der Grundlage von anderen bzw. zusätzlichen Voraussetzungen zum Nachweis einer besonderen Eignung erfolgen. Beruflich qualifizierte Bewerber und Bewerberinnen ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung erhalten eine allgemeine Hochschulzugangsberechtigung und damit Zugang zu allen Studiengängen, wenn sie Inhaber von Abschlüssen bestimmter, staatlich geregelter beruflicher Aufstiegsfortbildungen sind (zum Beispiel Meister/in im Handwerk, Industriemeister/in, Fachwirt/in (IHK), Betriebswirt/in (IHK) und (HWK), staatlich geprüfte/r Techniker/in, staatlich geprüfte/r Betriebswirt/in, staatlich geprüfte/r Gestalter/in, staatlich geprüfte/r Erzieher/in). Eine fachgebundene Hochschulzugangsberechtigung erhalten beruflich qualifizierte Bewerber und Bewerberinnen mit einem Abschluss einer staatlich geregelten, mindestens zweijährigen Berufsausbildung und i.d.R. mindestens dreijähriger Berufspraxis, die ein Eignungsfeststellungsverfahren an einer Hochschule oder staatlichen Stelle erfolgreich durchlaufen haben; das Eignungsfeststellungsverfahren kann durch ein nachweislich erfolgreich absolviertes Probestudium von mindestens einem Jahr ersetzt werden.<sup>10</sup> Die Hochschulen können in bestimmten Fällen zusätzliche spezifische Zulassungsverfahren durchführen.

### 8.8 Informationsquellen in der Bundesrepublik

- Kultusministerkonferenz (KMK) (Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland); Graurheindorfer Str. 157, D-53117 Bonn; Tel.: +49(0)228/501-0; [www.kmk.org](http://www.kmk.org); E-Mail: [hochschulen@kmk.org](mailto:hochschulen@kmk.org)
- Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen (ZAB) als deutsche NARIC; [www.kmk.org](http://www.kmk.org); E-Mail: [zab@kmk.org](mailto:zab@kmk.org)
- Deutsche Informationsstelle der Länder im EURDYCE-Netz, für Informationen zum Bildungswesen in Deutschland; [www.kmk.org](http://www.kmk.org); E-Mail: [eurdyce@kmk.org](mailto:eurdyce@kmk.org)
- Hochschulrektorenkonferenz (HRK); Leipziger Platz 11, D-10117 Berlin, Tel.: +49 30 206292-11; [www.hrk.de](http://www.hrk.de); E-Mail: [post@hrk.de](mailto:post@hrk.de)
- „Hochschulkompass“ der Hochschulrektorenkonferenz, enthält umfassende Informationen zu Hochschulen, Studiengängen etc. ([www.hochschulkompass.de](http://www.hochschulkompass.de))

- 
- 1 Die Information berücksichtigt nur die Aspekte, die direkt das Diploma Supplement betreffen.
  - 2 Berufsakademien sind keine Hochschulen, es gibt sie nur in einigen Bundesländern. Sie bieten Studiengänge in enger Zusammenarbeit mit privaten Unternehmen an. Studierende erhalten einen offiziellen Abschluss und machen eine Ausbildung im Betrieb. Manche Berufsakademien bieten Bachelorstudiengänge an, deren Abschlüsse einem Bachelorgrad einer Hochschule gleichgestellt werden können, wenn sie vom Akkreditierungsrat akkreditiert sind.
  - 3 Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 16.02.2017).
  - 4 Deutscher Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (DQR), Gemeinsamer Beschluss der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland, des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, der Wirtschaftsministerkonferenz und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.11.2012). Ausführliche Informationen unter [www.dqr.de](http://www.dqr.de).
  - 5 Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Europäischen Rates zur Einrichtung des Europäischen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen vom 23.04.2008 (2008/C 111/01 – Europäischer Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen – EQR).
  - 6 Musterrechtsverordnung gemäß Artikel 4 Absätze 1 – 4 Studienakkreditierungsstaatsvertrag (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 07.12.2017).
  - 7 Staatsvertrag über die Organisation eines gemeinsamen Akkreditierungssystems zur Qualitätssicherung in Studium und Lehre an deutschen Hochschulen (Studienakkreditierungsstaatsvertrag) (Beschluss der KMK vom 08.12.2016) In Kraft getreten am 01.01.2018.
  - 8 Siehe Fußnote Nr. 7.
  - 9 Siehe Fußnote Nr. 7.
  - 10 Hochschulzugang für beruflich qualifizierte Bewerber ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 06.03.2009).