

Syllabus

Course description

Course title	Trends and Issues in Tourism Management
Course code	31013
Scientific sector	SECS-P/08
Degree	Master in Tourism Management
Semester and academic year	2nd Semester 2024/2025
Year	2nd study year
Credits	6
Modular	No

Total lecturing hours	36
Total lab hours	-
Total exercise hours	-
Attendance	suggested, but not required
Prerequisites	not foreseen
Course page	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/master-tourism-management/course-offering

Specific educational objectives	<p>The course refers to the typical educational activities chosen by the student and belongs to the scientific area of Business Administration.</p> <p>The aim of the course is to provide students with concepts, models and techniques to analyse economic and noneconomic factors necessary to identify and evaluate the current trends and issues affecting the tourism sector. It applies management and marketing theories with the aim to evaluate complex business problems and formulate strategies for tourism businesses and destinations to face current issues and take advantage of the latest trends.</p>
--	--

Lecturer	Prof. Matthias Fuchs, matthias.fuchs@unibz.it , Campus Bruneck-Brunico, 3 rd Floor NOI Techpark, Office Room BK NOI 3.10; https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/
Scientific sector of the lecturer	SECS-P/08
Teaching language	German

Office hours	https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13009%2C13134
Lecturing assistant	-
Teaching assistant	-
Office hours	-
List of topics covered	<p>The following list of topics is indicative. Further recent topics which show up until the start of the course might be added.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Climate change and tourism • The attitude-behavior gap • Crisis management in tourism • Impact of tourism on quality of life • Destination Image Formation • Mobility Issues in Tourism • Demographics & the Labor-Market: Dealing with increasing labor shortages • Developing touristic use cases for unusual locations & destinations
Teaching format	Frontal lectures, scientific paper analysis and discussion, Case studies: es & written concept papers (non-attending students only) and executive summary & presentations by students (only attending students)

Learning outcomes	<p><u>Knowledge and understanding:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Knowledge and understanding of concepts, models and techniques to exploit market opportunities in tourism according to the latest trends • Knowledge and understanding of current trends and issues in the development of sustainable tourism • Knowledge and understanding of current and new formats relevant for competitiveness of tourism businesses and destination. <p><u>Applying knowledge and understanding:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ability to recognize the major current issues and latest trends shaping the tourism sector. • Ability to apply theories and models to formulate strategies for tourism businesses and destinations to face current issues and take advantage of the latest trends. Ability to recognize and apply effective strategies, tools and practices to establish collaboration among tourism stakeholders for the development of smart tourism. <p><u>Making judgments:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquire the ability to gather and interpret relevant data to forecast change in the global tourism
--------------------------	---

	<p>environment and to make judgments for successful strategies</p> <ul style="list-style-type: none"> • Making judgments on the competitiveness of tourism destinations and firms in a dynamic environment • Have the ability to integrate knowledge and handle complexity for formulating decisions about the impact of global environmental and digital factors on the international tourism market and the market opportunities that may arise. <p><u>Communication skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication skills to present in a consistent and convincing way the development of competitive and sustainable strategies for tourism firms and destinations • Communicate information, ideas, problems and solutions related to the identification and exploitation of market opportunities in tourism. <p><u>Learning skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ability to establish interdisciplinary understanding and links among the heterogeneous required readings about management and marketing trends and issues in an autonomous and independent way • Ability to apply a historical approach to contextualize, interpret and forecast the (future) evolution of the tourism market.
--	--

Assessment	<p>A) Attending students: Written exam with review questions and presentations with an executive summary:</p> <ul style="list-style-type: none"> - written exam (50%) - Group presentations, discussions, and executive summaries (50%) <p>B) Non attending students: Written exam and course paper: written exam with review questions, and written course paper (20 pages including a literature review)</p> <ul style="list-style-type: none"> - written exam (50%) - written course paper (50%) <p>The written course paper of non-attending students has to be delivered latest 2 weeks before the exam date of the course. Non attending students have to contact the professor not later than one month before the exam session to receive their assignment for the course paper.</p>
-------------------	---

	The presentation (only attending students) and the course papers (only non-attending students) are valid for the current academic year.
Assessment language	German
Evaluation criteria and criteria for awarding marks	<p>Written exam: correctness and clarity of answers</p> <p>Written course paper: structure of paper, clarity of argumentation, use of scientific literature, specific technical language, non-attending students: quality of literature review</p> <p>Case presentation & executive summary (only attending students): structure and precision of content, ability to discuss the case with the group, specific technical language</p>
Required readings	Will be provided during the course via scientific papers and course materials
Supplementary readings	Selected Publications on current issues (i.e. Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Journal of Sustainable Tourism, Tourism Management)

Syllabus

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Titel der Lehrveranstaltung	Aktuelle Trends und Themen im Tourismusmanagement
Code der Lehrveranstaltung	31013
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich der Lehrveranstaltung	SECS-P/08
Studiengang	Master in Tourism Management
Semester und akademisches Jahr	2nd Semester 2024/2025
Studienjahr	2nd study year
Kreditpunkte	6
Modular	No

Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden	36
Gesamtzahl der Laboratoriumsstunden	-
Gesamtzahl der Übungsstunden	-
Anwesenheit	die Teilnahme wird empfohlen, aber sie ist nicht Pflicht
Voraussetzungen	nicht vorgesehen
Link zur Lehrveranstaltung	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/master-tourism-management/course-offering

Spezifische Bildungsziele	<p>Die Lehrveranstaltung ist den fachtypischen Bildungstätigkeiten nach Wahl der Studierenden zuzuordnen und gehört dem Fachbereich Betriebswirtschaftslehre.</p> <p>Ziel des Kurses ist es, den Studierenden Konzepte, Modelle und Techniken zur Analyse wirtschaftlicher und nicht-wirtschaftlicher Faktoren zu vermitteln, die erforderlich sind, um die aktuellen Trends und Probleme des Tourismussektors zu erkennen und zu bewerten. Er wendet Management- und Marketingtheorien an, um komplexe Geschäftsprobleme zu bewerten und Strategien für Tourismusunternehmen und Reiseziele zu formulieren, um aktuelle Probleme zu bewältigen und die neuesten Trends zu nutzen.</p>
----------------------------------	--

Dozent	Prof. Matthias Fuchs, matthias.fuchs@unibz.it , Campus Bruneck-Brunico, 3 rd Floor NOI Techpark, Office Room BK NOI 3.10;
---------------	---

	https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich des Dozenten	SECS-P/08
Unterrichtssprache	Deutsch
Sprechzeiten	https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13009%2C13134
Beauftragter für Übungsstunden	-
Didaktischer Mitarbeiter	-
Sprechzeiten	-
Auflistung der behandelten Themen	<p>Die folgende Liste von Themen ist vorläufig. Weitere aktuelle Themen, die bis zum Beginn des Kurses auftauchen, können hinzugefügt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Klimawandel und Tourismus - Die Kluft zwischen Einstellung und Verhalten - Krisenmanagement im Tourismus - Auswirkungen des Tourismus auf die Lebensqualität - Imagebildung für Reiseziele - Mobilitätsaspekte im Tourismus - Demographischer Wandel und Arbeitsmarkt: Der Umgang mit dem zunehmenden Fachkräftemangel - Die touristische Erschließung ungewöhnlicher Objekte und Destinationen
Unterrichtsform	Frontalvorträge, Analyse und Diskussion wissenschaftlicher Arbeiten, Fallstudien, schriftliche Kursarbeit (nur non-attendings) und Exekutive Summary & Präsentationen von Studenten (nur teilnehmende Studenten)

Erwartete Lernergebnisse	<p><u>Kenntnisse und Verständnis:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis und Verständnis von Konzepten, Modellen und Techniken zur Nutzung von Marktchancen im Tourismus entsprechend den neuesten Trends • Kenntnis und Verständnis aktueller Trends und Themen bei der Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus • Kenntnis und Verständnis aktueller und neuer Formate, die für die Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusunternehmen und Reisezielen relevant sind. <p><u>Anwendung von Wissen und Verständnis:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit, die wichtigsten aktuellen Themen und neuesten Trends zu erkennen, die den Tourismussektor prägen.
---------------------------------	---

- Fähigkeit zur Anwendung von Theorien und Modellen zur Formulierung von Strategien für Tourismusunternehmen und Reiseziele, um aktuelle Probleme zu bewältigen und von den neuesten Trends zu profitieren. Fähigkeit, wirksame Strategien, Instrumente und Praktiken zu erkennen und anzuwenden, um die Zusammenarbeit zwischen den Tourismusakteuren für die Entwicklung eines intelligenten Tourismus zu etablieren.

Urteile fällen:

- Erwerb der Fähigkeit, relevante Daten zu sammeln und zu interpretieren, um Veränderungen im globalen touristischen Umfeld zu prognostizieren und Beurteilungen für erfolgreiche Strategien zu treffen
- -Beurteilen der Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusdestinationen und Unternehmen in einem dynamischen Umfeld
- Die Fähigkeit, Wissen zu integrieren und mit Komplexität umzugehen, um Entscheidungen über die Auswirkungen globaler Umwelt- und digitaler Faktoren auf den internationalen Tourismusmarkt und die sich daraus ergebenden Marktchancen zu formulieren.

Kommunikationsfähigkeiten:

- Kommunikationsfähigkeiten, um die Entwicklung wettbewerbsfähiger und nachhaltiger Strategien für Tourismusunternehmen und Reiseziele konsistent und überzeugend darzustellen
- Kommunikation von Informationen, Ideen, Problemen und Lösungen im Zusammenhang mit der Identifizierung und Nutzung von Marktchancen im Tourismus.

Lernfähigkeiten:

- Fähigkeit, interdisziplinäres Verständnis und Verbindungen zwischen der heterogenen Pflichtlektüre über Management- und Marketingtrends und -themen selbständig und unabhängig herzustellen
- Fähigkeit, einen historischen Ansatz anzuwenden, um die (zukünftige) Entwicklung des Tourismusmarktes zu kontextualisieren, zu interpretieren und zu prognostizieren.

Art der Prüfung

A) Teilnehmende Studenten: Klausur und Case-Präsentationen mit Executive Summary: Klausur mit

	<p>Wiederholungsfragen, Gruppenpräsentation durch die Teilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schriftliche Prüfung (50%) - Präsentation & Diskussion der Cases und des Executive Summary (50 %) <p>B) Nicht teilnehmende Studenten: Schriftliche Arbeit und Kursarbeit: Klausur mit Überprüfungsfragen und schriftliche Kursarbeit (20 Seiten inklusive Literaturübersicht)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schriftliche Prüfung (50%) - schriftliche Hausarbeit (75%) <p>Die schriftliche Hausarbeit von nicht anwesenden Studierenden muss spätestens 2 Wochen vor dem Klausurdatum abgegeben werden. Nicht teilnehmende Studierende müssen sich bis spätestens einen Monat vor der Prüfungssitzung mit dem Professor in Verbindung setzen, um sich das Thema der Kursarbeit zu vereinbaren.</p> <p>Die Präsentationen (nur für teilnehmende Studierende) und die Hausarbeiten (für nicht anwesende Studierende) sind für das laufende akademische Jahr gültig.</p>
<p>Prüfungssprache</p>	<p>Deutsch</p>
<p>Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung</p>	<p>Schriftliche Prüfung: Korrektheit und Klarheit der Antworten</p> <p>Schriftliche Kursarbeit: Struktur der Arbeit, Klarheit der Argumentation, Verwendung von wissenschaftlicher Literatur, Sprache (auch in Bezug auf die Lehrsprache), nicht anwesende Studierende Qualität der Literaturübersicht</p> <p>Präsentation der Fallstudien (nur anwesende Studierende): Struktur und Präzision des Inhalts, Fähigkeit, das Thema der Arbeit mit der Gruppe zu diskutieren, Sprache (auch in Bezug auf die Lehrsprache)</p>
<p>Pfichtliteratur</p>	<p>Wird während der Veranstaltung durch Folien zur Verfügung gestellt</p>
<p>Weiterführende Literatur</p>	<p>Veröffentlichungen die die aktuellen Themen in wissenschaftlichen Zeitschriften wie Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Journal of Sustainable Tourism,</p>