

## Syllabus

### Beschreibung der Lehrveranstaltung

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	Tourismus und regionale Produkte
<b>Code der Lehrveranstaltung</b>	30135
<b>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich der Lehrveranstaltung</b>	AGR/01
<b>Studiengang</b>	Bachelor in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement
<b>Semester und Studienjahr</b>	2. Semester, 3. Studienjahr
<b>Akademisches Jahr</b>	2017/2018
<b>Kreditpunkte</b>	6
<b>Modular</b>	Nein

<b>Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden</b>	36
<b>Gesamtzahl der Laborstunden</b>	0
<b>Gesamtzahl der Übungsstunden</b>	0
<b>Anwesenheit</b>	Wird besonders empfohlen. Es gilt aber keine Anwesenheitspflicht
<b>Voraussetzungen</b>	Es gibt keine formalen Voraussetzungen aber Grundkenntnisse bzw. ein Einführungskurs in Statistik werden dringend empfohlen um den Vorlesungen zu folgen und das vorgesehene Kursprojekt anzufertigen.
<b>Webseite der LV</b>	<a href="https://www.unibz.it/de/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/">https://www.unibz.it/de/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/</a>

<b>Spezifische Bildungsziele</b>	<p>Die Lehrveranstaltung ist den fachtypischen Bildungstätigkeiten nach Wahl der Studierenden zuzuordnen und Teil der Betriebswirtschaftslehre im wissenschaftlich-disziplinären Bereich Agrarökonomie und Schätzwesen. Ziel der Lehrveranstaltung ist sowohl die Vermittlung von Kenntnissen, allgemeinen wissenschaftlicher Methoden sowie der Erwerb von spezifischen beruflichen Kompetenzen.</p> <p>Der Kurs untersucht regional produzierte Lebensmittel, Wein und andere regional-typische Produkte und deren Bedeutung für den Tourismussektor. Im Fokus sind wirtschaftliche Aspekte der Produkte für Gastronomie und Landwirtschaft, relevante kulturelle und soziale Faktoren für Besucher sowie Zusammenhänge zwischen ländlichen Räumen, authentischer regionaler Lebensmittelproduktion und Weinbau in der Entwicklung von Destinationen.</p>
----------------------------------	---

<b>Dozent</b>	Günter Schamel, Büro Bruneck Professorenraum 1. Stock bzw. Bozen Raum E5.07; Email: <a href="mailto:gschamel@unibz.it">gschamel@unibz.it</a> , Tel. 0471 013170, <a href="https://www.unibz.it/de/faculties/economics-">https://www.unibz.it/de/faculties/economics-</a>
---------------	---

	<a href="https://www.unibz.it/management/academic-staff/person/12015-guenter-schamel">management/academic-staff/person/12015-guenter-schamel</a>
<b>wissenschaftlich-disziplinärer Bereich Dozent</b>	AGR/01 (Agrarökonomie und Schätzwesen)
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Sprechzeiten</b>	<a href="https://www.unibz.it/de/timetable/?department=26&amp;degree=12826">https://www.unibz.it/de/timetable/?department=26&amp;degree=12826</a>
<b>Unterrichtsform</b>	Vorlesungen, Diskussionen, Tutorien, Gruppenprojekte, Exkursion.

<b>Erwartete Lernergebnisse</b>	<p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedeutung von lokal produzierten Produkten für die regionale Entwicklung und insbesondere der Entwicklung des Tourismus</li> <li>- Nachhaltigkeit als Konzept in Bezug auf regionale Produkte und deren Bedeutung für regionale Entwicklung</li> <li>- Bedeutung von regionalen Produkten, Gastronomie und Wein in Entscheidungen von Besuchern (Nachfrage) und Anbietern (Angebot)</li> <li>- soziale und ökonomische Faktoren regionaler Produktmärkte</li> <li>- wirtschaftliche Bedeutung regionaler Wertschöpfungsketten</li> <li>- Bestimmungsfaktoren von Angebot und Nachfrage auf regionalen Produktmärkten in Tourismusdestinationen</li> <li>- Bedeutung von Märkten für regionale Nahrungsmittel und von Weinbaugebieten in Destinationskonzepten</li> </ul> <p><u>Anwendung von Wissen und Kenntnissen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Theoretische Ansätze sowie empirisch relevante Analysen und deren Ergebnisse in einem vorgegebenen Rahmen anwenden und interpretieren.</li> <li>- Formulierung von relevanten Hypothesen und Fragestellungen zur Bestimmung von sozialen und ökonomischen Faktoren auf regionalen Produktmärkten</li> <li>- Erfassung empirischer Daten durch Umfragen und Experten-interviews und deren quantitative/qualitative Auswertung</li> </ul> <p><u>Urteilen (Making Judgments):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Aussagefähigkeit empirischer Untersuchungsergebnisse kritisch beurteilen und Anwendungsmöglichkeiten einschätzen</li> <li>- Fähigkeit tourismusrelevante Instrumente, die den Absatz lokaler Produkte fördern sollen, kritisch zu hinterfragen und deren Wirksamkeit zu evaluieren</li> <li>- Die Erfassbarkeit und Messbarkeit von Daten zu beurteilen.</li> </ul>
---------------------------------	--

	<p><b><u>Kommunikation (Communication):</u></b> Die Kommunikation von Wissen, empirischer Analysemethoden und Untersuchungsergebnissen in Bezug auf regionale Produkte und der Bedeutung für den Tourismus.</p> <p><b><u>Lernstrategien (Learning Skills):</u></b> Verknüpfung theoretischer Zusammenhänge und empirische Forschungsergebnisse. Interpretation und Einordnung von Forschungsfragen und Literaturrecherche. Die Fähigkeit das Erlernte Wissen aus der Vorlesung und dem Projekt durch Lektüre und Verständnis wissenschaftlicher Forschung eigenständig zu erweitern.</p>
<p><b>Art der Prüfung</b></p>	<p><b><u>A) Anwesende Studenten („attending students“):</u></b> Die Bewertung der Kursleistung erfolgt mittels einer 90-minütigen schriftlichen Prüfung, durch die Bearbeitung des Gruppenprojekts und durch aktive Partizipation im Rahmen der Vorlesung und des Gruppenprojektes.</p> <p>Die Leistung im Gruppenprojekt und durch Partizipation sind nur im laufenden akademischen Jahr gültig und können nicht ins nächste akademische Jahr übertragen werden.</p> <p><b><u>B) Nicht-anwesende Studenten („non-attending students“):</u></b> Die Bewertung der Kursleistung erfolgt ausschließlich mittels einer 120-minütigen schriftlichen Prüfung die sich inhaltlich in Teilen von der Prüfung für anwesende Studenten unterscheidet.</p> <p>Zur schriftlichen Prüfung sind keine Materialien aus der Vorlesung, Aufzeichnungen oder sonstiges Begleitmaterial und elektronische Hilfsmittel erlaubt. Lediglich ein Wörterbuch und ein Taschenrechner sind erlaubt.</p>
<p><b>Prüfungssprache</b></p>	<p>Deutsch</p>
<p><b>Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung</b></p>	<p>Die Bewertung der Kursleistung für „attending students“ mit folgender Gewichtung: Schriftliche Prüfung (60% bzw. 60 Punkte), Gruppenprojekt (30% bzw. 30 Punkte), aktive Partizipation und Diskussionsteilnahme (10% bzw. 10 Punkte). Die Bewertung der Kursleistung für „non-attending students“ ist wie folgt: Schriftliche Prüfung (100%). „Non-attending students“ haben nicht die Möglichkeit ein Gruppenprojekt anzufertigen. Zum Bestehen des Kurses sind mindestens 50% bzw. 50 Punkte erforderlich.</p>

	<p>In der schriftlichen Prüfung wird die Güte und Klarheit der Antwort, die Beherrschung der Sprache und die Fähigkeit, korrekte Bezüge zu behandelten Themen herzustellen, bewertet.</p> <p>Im Gruppenprojekt wird die Fähigkeit der Zusammenarbeit, Kreativität, kritisches Denken, Synthesefähigkeit und das Urteilsvermögen bewertet. Partizipation und Diskussionsteilnahme werden anhand der interaktiven Teilnahme am Gruppenprojekt sowie durch aktive Diskussionsbeiträge während der Vorlesungen und Diskussionen bewertet.</p>
<p><b>Pfichtliteratur</b></p>	<p>Leider ist kein Lehrbuch in deutscher Sprache für diesen Kurs erhältlich. Die Studenten können jedoch die weiterführende Literatur in englischer Sprache als Hintergrund für die Vorlesungsinhalte heranziehen</p>
<p><b>Weiterführende Literatur und Lehrbücher</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Getz, Andersson, Robinson, Vujicic 2014. Foodies and Food Tourism. Goodfellow Publishers.</li> <li>- Sidali, Spiller, Schultze (Editors) 2011. Food, Agri-Culture and Tourism, Springer Verlag</li> <li>- Carlsen and Charters (Editors) 2006. Global Wine Tourism, CAB International</li> <li>- Hjalager and Richards (Editors) 2002. Tourism and Gastronomy. Routledge</li> </ul>

## Syllabus

### Course description

<b>Course title</b>	Tourism and Regional Products
<b>Course code</b>	30135
<b>Scientific sector</b>	AGR/01
<b>Degree</b>	Bachelor in Tourism, Sport and Event Management
<b>Semester and Year</b>	2nd Semester, 3rd Year
<b>Academic Year</b>	2017/2018
<b>Credits</b>	6
<b>Modular</b>	<i>No</i>

<b>Total lecturing hours</b>	36
<b>Total lab hours</b>	0
<b>Total exercise hours</b>	0
<b>Attendance</b>	Strongly suggested, but not required
<b>Prerequisites</b>	No formal requirements exist. However, knowledge or previous attendance of introductory statistics is strongly recommended in order to properly follow the lectures.
<b>Course page</b>	<a href="https://www.unibz.it/de/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/">https://www.unibz.it/de/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/</a>

<b>Specific educational objectives</b>	<p>The inter-disciplinary course is a typical educational to be selected by the students and it is to be attributed to business administration within the scientific area of agricultural economics and appraisal. The objective of the course is to teach specific knowledge on the subject, general scientific methods and content as well as acquiring specific job-related competences.</p> <p>The course investigates locally or regionally produced food, wine and other typical products and their relevance for the tourism sector. It focuses on economic and business related aspects of the products for gastronomy and agriculture, on relevant cultural and social factors for visitors as well as on the relationship between rural areas, authentic, regional food and wine production within the process of destination development.</p>
--	--

<b>Lecturer</b>	Günter Schamel, Office in Bruneck professors room 1. Floor or Bozen-Bolzano E5.07, gschamel@unibz.it, tel. 0471 013170, <a href="https://www.unibz.it/de/faculties/economics-management/academic-staff/person/12015-quenter-schamel">https://www.unibz.it/de/faculties/economics-management/academic-staff/person/12015-quenter-schamel</a>
<b>Scientific sector of the lecturer</b>	AGR/01 (Agricultural Economics and Appraisal)
<b>Teaching language</b>	German

<b>Office hours</b>	<a href="https://www.unibz.it/de/timetable/?department=26&amp;degree=12826">https://www.unibz.it/de/timetable/?department=26&amp;degree=12826</a>
<b>Teaching assistant</b>	<i>None</i>
<b>Teaching format</b>	<i>Lectures, discussions and exercises, term project, excursion.</i>

<b>Learning outcomes</b>	<p><u>Knowledge and understanding:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Importance of locally produced products for regional development and with respect to tourism development</li> <li>- Sustainability as a concept related to regional products and their importance for regional development</li> <li>- Importance of regional products, gastronomy and wine in behavioral decisions of customers (demand) and producers (supply)</li> <li>- social and economic factors of regional product markets</li> <li>- economic importance of regional value chains</li> <li>- supply and demand factors of regional product markets in particular within a tourism destination</li> <li>- relevance of regional food and wine production areas and related markets in destination development concepts</li> </ul> <p><u>Applying knowledge and understanding:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- apply and interpret theoretical concepts and relevant empirical analyses and their results within a given context.</li> <li>- formulate relevant hypotheses and research questions in order to determine social and economic factors in regional product markets</li> <li>- Collecting empirical Data through surveys and expert interviews and using them as a base for quantitative and/or qualitative Analyses</li> </ul> <p><u>Making Judgments:</u></p> <p>The ability to critically assess and evaluate</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- existing research in particular with respect to their applicability in the field</li> <li>- tourism relevant instruments intended to promote the sale of regional products in particular with respect to their effectiveness.</li> <li>- data collectability and measurability issues when designing a survey.</li> </ul> <p><u>Communication:</u></p> <p>The communication of knowledge, empirical methods of analysis and research results with respect to regional products and their relevance for tourism.</p> <p><u>Learning Skills:</u></p> <p>Ability to link theoretical concepts and empirical results. Interpret and relate research questions and available literature research. Ability to autonomously extend the knowledge acquired during the course (lecture, term project) by reading</p>
--------------------------	---

	and understanding related scientific research and analysis.
<b>Assessment</b>	<p><b>A) Attending Students:</b> The assessment of the course performance is based on a written exam lasting 90 minutes, as well as on the contribution to a topical group project and active participation in the lectures.</p> <p>Project work and classroom contributions are valid for the current academic year and cannot be carried over to the next academic year.</p> <p><b>B) Non-Attending Students:</b> The assessment of the course performance is based on a written exam lasting 120 minutes which in part differs in terms of content from the exam for attending students. For the written final exam neither textbooks, nor other teaching materials, nor any electronic device will be admitted to the exam room, but dictionaries and a simple calculator are permitted.</p>
<b>Assessment language</b>	German
<b>Evaluation criteria and criteria for awarding marks</b>	<p>The assessment of the course performance for attending students is as follows: written final exam (60% or 60 points), group project (30% or 30 points), active class participation and discussion (10% or 10 points). The assessment of the course performance for non- attending students is as follows: written final exam (100%). Non-attending students do have not the option to prepare a group project. In order to pass the course, students need to achieve at least 50% or 50 points.</p> <p>Relevant for the assessment of the <u>written final exam</u>: clarity of answers, mastery of language (also with respect to teaching language), ability to summarize, evaluate, and establish relationships between topics.</p> <p>Relevant for the assessment of the <u>term project</u>: creativity and critical thinking (quality of the arguments and their relevance for the project topic), ability to cooperate and contribute to work on a specified topic and the ability to structure, summarize and critically assess the results.</p> <p>Class participation and discussion will be evaluated in terms of interactive contributions to the group project and to in class discussions.</p>
<b>Required readings</b>	Unfortunately, there is no relevant textbook in German for this course. However, students may refer to additional readings in English as background material for the lectures.
<b>Supplementary readings and textbooks</b>	- Getz, Andersson, Robinson, Vujicic 2014. Foodies and Food Tourism. Goodfellow Publishers.

- Sidali, Spiller, Schultze (Editors) 2011.  
Food, Agri-Culture and Tourism, Springer Verlag.
- Carlsen and Charters (Editors) 2006.  
Global Wine Tourism, CAB International
- Hjalager and Richards (Editors) 2002.  
Tourism and Gastronomy. Routledge.