

## 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>	Tourism, Sport and Event Management
<b>Semester and academic year</b>	2 <sup>nd</sup> Semester, 2020/2021
<b>Year</b>	3 <sup>rd</sup> study year
<b>Credits</b>	6
<b>Modular</b>	No

<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 and to complete the workload for the course project.
<b>Course page</b>	<a href="https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/?academicYear=2020">https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/?academicYear=2020</a>

<b>Specific educational objectives</b>	<p>The inter-disciplinary course refers to the typical educational activities and belongs to the scientific area of Business Administration . 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-guenter-schamel">https://www.unibz.it/de/faculties/economics-management/academic-staff/person/12015-guenter-schamel</a>
<b>Scientific sector of the lecturer</b>	AGR/01 (Economics and Rural Appraisal)
<b>Teaching language</b>	German
<b>Office hours</b>	<a href="https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&amp;degree=13009%2C13134">https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&amp;degree=13009%2C13134</a>

<b>List of topics covered</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regional products and their market environment</li> <li>• Relevance of regional products for tourism</li> <li>• Geographical Indications and regional brands</li> <li>• Examples of wine tourism research</li> <li>• Theory and practical examples of empirical research</li> <li>• Relevant research approaches and examples</li> <li>• Course project on regional products and tourism</li> <li>• Application of statistical methods for data evaluation</li> </ul>
<b>Teaching format</b>	Lectures, discussions and exercises, term project, half-day study trips. Details on the study trips will be announced during the course.

<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 practice</li> <li>- tourism relevant instruments intended to promote 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> 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 and understanding related scientific research and analysis.</p>
<p><b>Assessment</b></p>	<p><u>A) Attending Students (attended at least 50% of the lessons):</u> The assessment of the course performance is based on a written exam lasting 90 minutes, as well as on the individual contributions to a topical in-class group project and the active participation in the classroom. Project work and classroom contributions are valid for the current academic year and cannot be carried over to the next academic year.</p> <p><u>B) Non-Attending Students (attended less than 50% of the lessons):</u> The assessment of the course performance is based on a written exam lasting 90 minutes which does not differ from the exam for attending students. In addition, it is required to submit a 10-page seminar paper. For the written final exam neither textbooks, nor other teaching materials, nor any electronic device will be admitted to the exam room. Only dictionaries and a simple calculator are permitted.</p>
<p><b>Assessment language</b></p>	<p>German</p>
<p><b>Evaluation criteria and criteria for awarding marks</b></p>	<p>The assessment for attending students is as follows: final exam (60% or 60 points), in-class group project (30% or 30 points), active class participation and discussion (10% or 10 points). The evaluation of course performance for non-attending students is as follows: written final exam (60%), seminar paper (40%). 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>in-class 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. Class participation and discussion will be</p>

	<p>evaluated in terms of interactive contributions to the group project and to in class discussions.</p> <p>The seminar paper serves to achieve equivalence in learning outcomes between attending and non-attending students. Relevant for the assessment of <u>seminar paper</u> are the quality and clarity of writing in the language of instruction as well as on creativity, critical thinking, synthesis and judgement with regard to the topic covered. The seminar paper must be handed in 14 days before the written examination date. Not to hand in a seminar paper means that only 60% of the course work can be completed.</p> <p>ATTENTION: The seminar paper has to be written according to scientific standards and all sources have to be cited. Afterwards the paper is checked with the software TURNITIN. Unauthorized use of sources will be considered an attempt to cheat and will be subject to the sanctions provided for by the examination regulations.</p> <p>The chosen topic of the seminar paper must be closely related to the subject matter of the course and hence must be agreed with the lecturer at least 30 days before the next written examination date. The materials in the Reserve Collection (or share-point) are guidance in selecting a topic. Both a literature review citing relevant papers or a survey including quantitative or qualitative analysis can be done and submitted. The outline of the seminar paper based on a literature review is as follows: Introduction and formulation of the research question, presentation and analysis of suitable references in the literature, synthesis and conclusions. The outline of a seminar paper based on a survey is as follows: Introduction with a short presentation and analysis of suitable references, formulation of the research question, explanation of the structure of the survey, evaluation of the collected data, synthesis and conclusions.</p>
--	--

<p><b>Required readings</b></p>	<p>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.</p>
<p><b>Supplementary readings</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Slocum, Curtis 2017, Food and Agricultural Tourism: Theory and Best Practice, Routledge.</li> <li>- Yeoman 2015, The Future of Food Tourism, Channel View Publications</li> <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> </ul>

- Hjalager and Richards (Editors) 2002.  
Tourism and Gastronomy. Routledge.

## 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>	Tourismus-, Sport- und Eventmanagement
<b>Semester und und akademisches Jahr</b>	2. Semester, 2020/2021
<b>Studienjahr</b>	3. Studienjahr
<b>Kreditpunkte</b>	6
<b>Modular</b>	Nein

<b>Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden</b>	36
<b>Gesamtzahl der Laboratoriumsstunden</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>Link zur Lehrveranstaltung</b>	<a href="https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/?academicYear=2020">https://www.unibz.it/it/faculties/economics-management/bachelor-tourism-sport-event-management/course-offering/?academicYear=2020</a>

<b>Spezifische Bildungsziele</b>	Die Lehrveranstaltung ist den fachtypischen Bildungstätigkeiten und gehört dem Fachbereich Betriebswirtschaftslehre an. Ziel der Lehrveranstaltung ist sowohl die Vermittlung fachtypischen Wissens und allgemeinen wissenschaftlichen Methoden sowie der Erwerb von spezifischen beruflichen Kompetenzen. Der Kurs untersucht regional produzierte Lebensmittel, Wein sowie andere regional-typische Produkte und deren Bedeutung für den Tourismussektor. Im Fokus stehen wirtschaftliche Aspekte der Produkte für Gastronomie und Landwirtschaft, relevante kulturelle und soziale Faktoren für Besucher sowie Zusammenhänge zwischen ländlichen Räumen, authentischer regionaler Lebensmittelproduktion oder Wein in der Entwicklung von Destinationen.
----------------------------------	---

<b>Dozent</b>	Günter Schamel, Büro Bruneck Professorenraum 1. Stock bzw. Bozen Raum E5.07; Email: 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>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich des Dozenten</b>	AGR/01 (Ökonomie und RURale Bewertung)
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Sprechzeiten</b>	<a href="https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&amp;degree=13009%2C13134">https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&amp;degree=13009%2C13134</a>
<b>Auflistung der behandelten Themen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionale Produkte und deren Marktumfeld</li> <li>• Relevanz regionaler Produkte für den Tourismus</li> <li>• Regionale Herkunftskennzeichnungen und -marken</li> <li>• Anwendungsbeispiele zum Thema Weintourismus</li> <li>• Theorie und Praxisbeispiele zu empirischer Forschung</li> <li>• Relevante Forschungsansätze und -beispiele</li> <li>• Kursprojekt zum Thema regionale Produkte und Tourismus</li> <li>• Anwendung statistischer Methoden zur Datenauswertung</li> </ul>
<b>Unterrichtsform</b>	Vorlesungen, Diskussionen, Tutorien, Gruppenprojekte, Halbtags Exkursion. Details zur Exkursion werden im Verlauf der Lehrveranstaltung noch bekannt gegeben.
<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 Produktion und deren Bedeutung für regionale Entwicklung</li> <li>- Bedeutung von regionalen Produkten, Gastronomie und Wein in den 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 Judgements):</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><u>Kommunikation (Communication):</u>          Die Kommunikation von Wissen, empirischer Analysemethoden und Untersuchungsergebnissen in Bezug auf regionale Produkte und der Bedeutung für den Tourismus.</p> <p><u>Lernstrategien (Learning Skills):</u>          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><u>A) Anwesende Studenten („attending students“) sind zu mindestens 50% der Vorlesungen anwesend:</u>          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 Leistungen im Gruppenprojekt und durch aktive Partizipation sind nur im laufenden akademischen Jahr gültig und können nicht ins nächste akademische Jahr übertragen werden.</p>

	<p><u>B) Nicht-anwesende Studenten („non-attending students“)</u> sind zu weniger als 50% der Vorlesungen anwesend:</p> <p>Die Bewertung der Kursleistung erfolgt ausschließlich mittels einer 90-minütigen schriftlichen Prüfung, die sich inhaltlich nicht von der Prüfung für anwesende Studenten unterscheidet. Zusätzlich ist die Ausarbeitung einer dem Kursprojekt gleichwertigen Leistung in Form einer mind. 10-seitigen <b>Seminararbeit</b> erforderlich.</p> <p>Zur schriftlichen Prüfung sind lediglich ein Wörterbuch und ein Taschenrechner als Hilfsmittel erlaubt. Es sind keine Materialien aus der Vorlesung, Aufzeichnungen oder sonstige begleitende Materialien und elektronische Hilfsmittel erlaubt.</p>
<p><b>Prüfungssprache</b></p>	<p>Deutsch</p>
<p><b>Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung</b></p>	<p>Die Benotung für „<b>attending students</b>“ basiert auf folgender Gewichtung: Schriftliche Prüfung (60% bzw. 60 Punkte), Gruppenprojekt (30% bzw. 30 Punkte), aktive Partizipation und Diskussionsteilnahme (10% bzw. 10 Punkte). Die Benotung der Kursleistung für „<b>non-attending students</b>“ ist wie folgt: Schriftliche Prüfung (60%). Seminararbeit (40% bzw. 40 Punkte).</p> <p>Zum erfolgreichen Bestehen des Kurses sind mindestens 50% bzw. 50 Punkte erforderlich.</p> <p>In der schriftlichen Prüfung werden die Güte und Klarheit der Antwort, die Beherrschung der Sprache und die Fähigkeit, korrekte Bezüge zu behandelten Themen herzustellen, bewertet. 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 bewertet.</p> <p>Die <b>Seminararbeit</b> dient der Erreichung der Lernziele im Vergleich zu anwesenden Studenten. Dafür werden die Güte und Klarheit der schriftlichen Ausführung, die Beherrschung der Sprache sowie Kreativität, kritisches Denken, Synthesefähigkeit und Urteilsvermögen in Bezug auf das behandelte Thema bewertet. Die Seminararbeit ist <b>14 Tage</b> vor dem schriftlichen Prüfungstermin abzugeben. Keine Seminararbeit abzugeben, bedingt dass nur max. 60% der Kursleistung erbracht werden können.</p>



	<p>ACHTUNG: Die Seminararbeit ist nach wissenschaftlichen Standards zu verfassen und es sind jegliche Quellen zu zitieren. Anschließend wird die Arbeit mit der Software TURNITIN überprüft. Unerlaubte Quellennutzung wird als Täuschungsversuch gewertet und mit den von der Prüfungsordnung vorgesehenen Sanktionen belegt.</p> <p>Das gewählte Thema der Seminararbeit <b>muss</b> fachlich einen engen Bezug zur Thematik des Kurses haben und deswegen mit dem Dozenten spätestens 30 Tage vor dem nächsten schriftlichen Prüfungstermin abgesprochen werden. Zur Themeneingrenzung sind die Materialien in der Reserve Collection bzw. im Sharepoint hilfreich. Es kann sowohl eine Literaturrecherche als auch eine eigenständige Umfrage mit Auswertung durchgeführt und eingereicht werden. Die vorgesehene Struktur der Seminararbeit basierend als Literaturrecherche ist wie folgt: Einleitung und Formulierung der Fragestellung, Darstellung und Analyse passender Literaturquellen, Synthese und Schlussfolgerungen. Die vorgesehene Struktur der Seminararbeit basierend auf einer eigenständigen Umfrage ist wie folgt: Einleitung mit kurzer Darstellung und Analyse passender Literaturquellen, Formulierung der Fragestellung, Erläuterungen zur Struktur der Umfrage, Auswertung der erhobenen Daten, Synthese und Schlussfolgerungen.</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</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Slocum, Curtis 2017, Food and Agricultural Tourism: Theory and Best Practice, Routledge.</li> <li>- Yeoman 2015, The Future of Food Tourism, Channel View Publications.</li> <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>