Syllabus
Course description

<table>
<thead>
<tr>
<th>Course title</th>
<th>Trends and Issues in Tourism Management</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Course code</td>
<td>31013</td>
</tr>
<tr>
<td>Scientific sector</td>
<td>SECS-P/08</td>
</tr>
<tr>
<td>Degree</td>
<td>Master in Tourism Management</td>
</tr>
<tr>
<td>Semester and academic year</td>
<td>2nd Semester 2023/2024</td>
</tr>
<tr>
<td>Year</td>
<td>2nd study year</td>
</tr>
<tr>
<td>Credits</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>Modular</td>
<td>No</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| Total lecturing hours        | 36                                       |
| Total lab hours              | -                                        |
| Total exercise hours         | -                                        |
| Attendance                   | suggested, but not required              |
| Prerequisites                | not foreseen                             |

Specific educational objectives

The course refers to the typical educational activities chosen by the student and belongs to the scientific area of Business Administration.

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.

Lecturer

Prof. Thomas Bausch, [thomas.bausch@unibz.it](mailto:thomas.bausch@unibz.it), Campus Bruneck-Brunico, Office 3, 1st floor, URSULINEN_UNIBZ Campus Bruneck-Brunico, Tel. +39 0474 013650 [https://www.unibz.it/en/home/organisation/research-committee/person/112-thomas-bausch](https://www.unibz.it/en/home/organisation/research-committee/person/112-thomas-bausch)

Scientific sector of the lecturer

SECS-P/08

Teaching language

German
### Office hours

- [https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13009%2C13134](https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&degree=13009%2C13134)

### Lecturing assistant

- 

### Teaching assistant

- 

### Office hours

- 

### List of topics covered

The following list of topics is indicative. Further recent topics which show up until the start of the course might be added.

- 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

### Teaching format

- Frontal lecturers, scientific paper analysis and discussion, written course paper and presentations by students (only attending students)

### Learning outcomes

#### Knowledge and understanding:

- 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.

#### Applying knowledge and understanding:

- 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.

#### Making judgments:

- Acquire the ability to gather and interpret relevant data to forecast change in the global tourism environment and to make judgments for successful strategies
- 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.

**Communication skills:**
- 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.

**Learning skills:**
- 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**

**A)** Attending students: Written and course paper: written exam with review questions, and written course paper (12 pages) with presentation (15 minutes) by the participants
- written exam (50%)
- written course paper (25%)
- course paper presentation and discussion with the group (25%)

**B)** Non attending students: Written and course paper: written exam with review questions, and written course paper (16 pages including a literature review
- written exam (50%)
- written course paper (50%)

The written course paper of non-attending students has to be delivered latest 2 weeks before the exam session. 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.

The course paper and its presentation (only attending students) are valid for the running academic year

**Assessment language**

German
### Evaluation criteria and criteria for awarding marks

- **Written exam:** correctness and clarity of answers
- **Written course paper:** structure of paper, clarity of argumentation, use of scientific literature, language (also with respect to teaching language), non attending students quality of literature review
- **Course paper presentation (only attending students):** structure and precision of content, ability to discuss the paper topic with the group, language (also with respect to teaching language)

### Required readings
Will be provided during the course by slides and scientific papers

### Supplementary readings
### Syllabus

**Beschreibung der Lehrveranstaltung**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Titel der Lehrveranstaltung</th>
<th>Aktuelle Trends und Themen im Tourismusmanagement</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Code der Lehrveranstaltung</td>
<td>31013</td>
</tr>
<tr>
<td>Wissenschaftlich-</td>
<td>SECS-P/08</td>
</tr>
<tr>
<td>disziplinärer Bereich der</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Lehrveranstaltung</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Studiengang</td>
<td>Master in Tourism Management</td>
</tr>
<tr>
<td>Semester und akademisches</td>
<td>2nd Semester 2023/2024</td>
</tr>
<tr>
<td>Jahr</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Studienjahr</td>
<td>2nd study year</td>
</tr>
<tr>
<td>Kreditpunkte</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>Modular</td>
<td>No</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| Gesamtanzahl der            | 36                                               |
| Vorlesungsstunden           |                                                 |
| 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**

Die Lehrveranstaltung ist den fachtypischen Bildungstätigkeiten nach Wahl der Studierenden zuzuordnen und gehört dem Fachbereich Betriebswirtschaftslehre.

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.

**Dozent**

Prof. Thomas Bausch, [thomas.bausch@unibz.it](mailto:thomas.bausch@unibz.it), Campus Bruneck-Brunico, Büro 3, 1. Stock, Ursulinen Gebäude, Campus Bruneck-Brunico, Tel. +39 0474 013650
<table>
<thead>
<tr>
<th>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich des Dozenten</th>
<th>SECS-P/08</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Unterrichtssprache</td>
<td>Deutsch</td>
</tr>
<tr>
<td>Sprechzeiten</td>
<td><a href="https://www.unibz.it/en/timetable/?department=26&amp;degree=13009%2C13134">Link</a></td>
</tr>
<tr>
<td>Beauftragter für Übungsstunden</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>Didaktischer Mitarbeiter</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>Sprechzeiten</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>Auflistung der behandelten Themen</td>
<td>Die folgende Liste von Themen ist vorläufig. Weitere aktuelle Themen, die bis zum Beginn des Kurses auftauchen, können hinzugefügt werden.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Klimawandel und Tourismus</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Die Kluft zwischen Einstellung und Verhalten</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Krisenmanagement im Tourismus</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Auswirkungen des Tourismus auf die Lebensqualität</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Imagebildung für Reiseziele</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Mobilitätsaspekte im Tourismus</td>
</tr>
<tr>
<td>Unterrichtsform</td>
<td>Frontalvorträge, Analyse und Diskussion wissenschaftlicher Arbeiten, schriftliche Kursarbeit und Präsentationen von Studenten (nur teilnehmende Studenten)</td>
</tr>
<tr>
<td>Erwartete Lernergebnisse</td>
<td>Kenntnisse und Verständnis:</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>• Kenntnis und Verständnis von Konzepten, Modellen und Techniken zur Nutzung von Marktchancen im Tourismus entsprechend den neuesten Trends</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>• Kenntnis und Verständnis aktueller Trends und Themen bei der Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>• Kenntnis und Verständnis aktueller und neuer Formate, die für die Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusunternehmen und Reisezielen relevant sind.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Anwendung von Wissen und Verständnis:</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>• Fähigkeit, die wichtigsten aktuellen Themen und neuesten Trends zu erkennen, die den Tourismssektor prägen.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>• 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,</td>
</tr>
</tbody>
</table>
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 Hausarbeit: Klausur mit Wiederholungsfragen und schriftliche Hausarbeit (12 Seiten) mit Präsentation (15 Minuten) durch die Teilnehmer
- Schriftliche Prüfung (50%)
- schriftliche Kursarbeit (25%)
- Präsentation der Kursarbeit und Diskussion mit der Gruppe (25 %)

B) Nicht teilnehmende Studenten: Schriftliche Arbeit und Kursarbeit:
   Klausur mit Überprüfungsfragen und schriftliche Kursarbeit (16 Seiten inklusive Literaturübersicht)
   - Schriftliche Prüfung (50%)
   - schriftliche Hausarbeit (50%)

Die schriftliche Hausarbeit von nicht anwesenden Studierenden muss spätestens 2 Wochen vor der Prüfungssitzung 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.

Die Kursarbeit und ihre Präsentation (nur für teilnehmende Studierende) für das laufende akademische Jahr gültig.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung</th>
<th>Deutsch</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Schriftliche Prüfung: Korrektheit und Klarheit der Antworten</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>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</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Präsentation der Kursarbeit (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)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Pflichtliteratur</th>
<th>Wird während der Veranstaltung durch Folien zur Verfügung gestellt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Weiterführende Literatur</td>
<td>Veröffentlichungen die die aktuellen Themen in wissenschaftlichen Zeitschriften wie Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Journal of Sustainable Tourism,</td>
</tr>
</tbody>
</table>