Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Ökonomie von Tourismus und Destinationen
Code der Lehrveranstaltung	30179
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	ECON-04/A
Sprache	Deutsch
Studiengang	Bachelor in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement
Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)	
Dozenten/Dozentinnen	Dr. Wolfgang Gick, wolfgang.gick@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/33840
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Zweites Semester
Studienjahr/e	2
KP	6
Vorlesungsstunden	36
Laboratoriumsstunden	-
Stunden für individuelles Studium	-
Vorgesehene Sprechzeiten	18
Inhaltsangabe	Die Lehrveranstaltung ist den fachtypischen Bildungstätigkeiten nach Wahl der Studierenden zuzuordnen und gehört dem Fachbereich Ökonomie an.Der Kurs zielt darauf ab, einen Gesamtüberblick über den wissenschaftlichen Hintergrund des Faches zu geben. Er vermittelt spezifische Fähigkeiten wie etwa die Fähigkeit den Einfluss regionaler ‚Governance' auf die Tourismusund Destinationsentwicklung zu studieren und zu

	bewerten.Es wird erwartet, dass die Studierenden nach dem Kurs die Zusammenhänge zwischen Treibern und Tourismusund Destinationsentwicklung verstehen und Strategien (unter Verwendung geeigneter Methoden wie die SWOT Analyse) aufstellen können, um so zu Steigerung der Attraktivität von Tourismusregionen beizutragen.
Themen der Lehrveranstaltung	Der Kurs greift auf die Grundlagen der Mikroökonomik zurück wie Märkte und Marktformen, spieltheoretische Grundlagen zur strategische Preissetzung. Grundlagen und Marktstruktur des touristischen Angebots, Preis- und Qualitätswettbewerb, Grundlagen der Netzwerkökonomik und die Bedeutung von Plattformmärkten im Tourismus. Dies wird im Rahmen von Fallstudien detailliert behandelt, mit einem Augenmerk auf die Strategien in und die Regulierung von Plattformmärkten. Effekte des e-commerce auf den Tourismus werden behandelt, monopolistische Preissetzung, dynamic pricing, dual pricing und Preisdiskriminierung. Tourismus und Nachhaltigkeit im regionalen Zusammenhang inkl. Fallstudien schließen die Lehrveranstaltung ab.
Stichwörter	Wettbewerb, Netzwerke, Plattform-Strategien, Nachhaltigkeit
Empfohlene Voraussetzungen	Vorkenntnisse in Mikroökonomik und Grundkenntnisse in der Industrieökonomik
Propädeutische Lehrveranstaltungen	
Unterrichtsform	Vorlesungen, gemeinsame Übungen, Fallbeispiele, Bearbeitung von Kursprojekten
Anwesenheitspflicht	-
Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse	ILO (Intended Learning Outcomes) ILO 1 - Wissen und Verstehen ILO 1.1 von Unternehmensentscheidungen in Monopolen in Bezug auf Qualität, Quantität und Preise ILO 1.2 von Modellen der strategischen Interaktion zwischen Unternehmen in oligopolistischen Kontexten ILO 1.3 der komparativen Vorteile im Bereich der Reiseziele ILO 1.4 von Preis- und Qualitätsstrategien im Reiseziel ILO 1.5 wirtschaftspolitische Instrumente zur Förderung der Entwicklung von Reisezielen

	ILO 1.6 die Grundprinzipien der Theorie von Angebot und Nachfrage ILO 1.7 die Theorie der Preisbildung ILO 1.8 die Auswirkungen der Organisation von Sportveranstaltungen auf das regionale Wirtschaftswachstum. ILO 1.9 der Qualitätsstrategien von Beherbergungsbetrieben ILO 1.10 der horizontalen Differenzierungsstrategien von Beherbergungsbetrieben ILO 1.11 der Anreize in der internen Organisation von Beherbergungsbetrieben ILO 1.12 der Wirtschaftspolitik für nachhaltigen Tourismus ILO 1.13 des Konzepts der Nachhaltigkeit und seiner Auswirkungen auf die regionale Entwicklung ILO 1.14 die Wirtschaftssysteme von Tourismus- und Sportunternehmen ILO 1.15 die Determinanten der Zusammenarbeit und der Fähigkeit zum Aufbau von Systemen zwischen den verschiedenen lokalen Tourismusakteuren. ILO 2 - Fähigkeit, Wissen und Verstehen anzuwenden ILO 2.1 Analyse der Auswirkungen öffentlicher Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität von Reisezielen ILO 2.2 Fähigkeit, wie ein Wirtschaftswissenschaftler zu argumentieren, d. h. die für die Wirtschaftsanalyse typischen Schemata und Kriterien anzuwenden ILO 2.3 Fähigkeit, die Wechselwirkung zwischen individuellen Verbraucher- und Unternehmensentscheidungen und dem Marktgleichgewicht zu erfassen ILO 2.4 Anwendung der Anreiztheorie auf die Beziehung zwischen Anreizen und Verbraucher- und Unternehmensentscheidungen ILO 2.5 Analyse der Auswirkungen verschiedener wirtschafts- und steuerpolitischer Entscheidungen auf die Entwicklung makro- und mikroökonomischer Variablen ILO 2.6 Entwicklung von Wirtschaftsmodellen für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus im lokalen Bereich ILO 2.7 Planung und Bewertung wirtschaftlicher Entwicklungsprozesse im Tourismussektor auf Makro- und Mikroebene ILO 2.8 Analyse der wirtschaftlichen Auswirkungen von wirtschaftspolitischen Maßnahmen für den Tourismussektor auf

	lokaler, regionaler und nationaler Ebene ILO 2.9 Erarbeitung eines nachhaltigen Tourismusentwicklungsplans (aus Sicht der politischen Entscheidungsträger) ILO 2.10 Grundkonzepte, die für den Besuch der Lehrveranstaltungen in Wirtschaftswissenschaften, Betriebswirtschaft und Verwaltung nützlich sind ILO 3 - Urteilen (making judgements) ILO 3.1 die wichtigsten Variablen zu identifizieren, die bei Entscheidungen in komplexen Situationen zu verwenden sind; ILO 3.2 analytisch und kritisch über Informationen, Erfahrungswerte und Daten zu berichten, um adäquate betriebswirtschaftliche Entscheidungen zu treffen; ILO 3.3 die geeignetsten quantitativen und qualitativen Analyseinstrumente auszuwählen, um die Entscheidungsfindung zu unterstützen; ILO 3.4 durch Einsatz logischer Schlussfolgerungen und die Verbindung von Informationen und analytischen Instrumenten Lösungen zu finden ILO 4 - Kommunikationsfähigkeit (communication skills) ILO 4.1 Die Absolventen/Absolventinnen des Bachelors in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement werden Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten entwickeln, um in einem Arbeitsumfeld die komplexen, interdisziplinären Themenstellungen des Tourismus-, Sport- und Eventbereichs zu erklären, argumentativ zu bearbeiten und zusammenzufassen. ILO 4.2 Am Ende des Studiums bietet die Abschlussarbeit den Studierenden eine ausgezeichnete Möglichkeit, ihre erworbenen Fachkenntnisse und Kommunikationsfähigkeiten in ein Dokument einzuarbeiten, welches den Abschluss ihrer Bachelorstudien darstellt. ILO 4.3 Das Erreichen dieses Zieles wird mittels schriftlicher Prüfungen, Gruppenarbeiten, Hausarbeiten, Präsentation von Fallstudien und Projekten sowie der Abschlussarbeit bewertet. ILO 5 - Lernfähigkeit (learning skills) ILO 5.1 die Fähigkeit, aktuelle Informationen ausfindig zu machen, um mit den Veränderungen im Dienstleistungssektor im

	Allgemeinen und im Bereich Tourismus-, Sport- und Eventmanagement im Besonderen Schritt halten zu können; ILO 5.2 die Fähigkeit, Informationen aus Datenbanken, Forschungsstudien, Gesetzestexten, Vorschriften und Normen abzurufen und nutzbar zu machen, die in ihrem Berufsleben benötigt werden; ILO 5.3 die Fähigkeit, Daten, Informationen und Erfahrungen zu analysieren, kritisch zu begutachten und zu integrieren; ILO 5.4 die Fähigkeit, mögliche Lösungen für Probleme in volkswirtschaftlichen und betrieblichen Bereichen zu entwickeln, die sich auf jene Arbeitskontexte beziehen, welche eine mögliche Berufsaussicht für die Absolventen/Absolventinnen darstellen.
Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)	Der Kurs zielt darauf ab, den Teilnehmenden eine neue Sichtweise zur Tourismusökonomik zu vermitteln, die über traditionelle Themen und Entwicklungen hinausgeht und die Wirkungsweise Netzwerken, Plattformen und von e-commerce im Tourismusbereich nahebringen (Buchungsportale, Airbnb, Uber usw.) Zusammen mit der Behandlung der Nachhaltigkeit soll damit ein Lernergebnis erreicht werden, dass für heutige Herausforderung im Tourismus von Bedeutung ist.
Art der Prüfung	Gleiche Prüfung für am Kurs teilnehmende und nicht teilnehmende Studierende: Klausur (75%), (ILO 1 und 2) Kursprojekt (25%), (ILO 3, 4, 5)
Bewertungskriterien	Die Abschlussklausur besteht aus einer Auswahl von Fragen, welche den Stoff des gesamten Kurses abdecken. Die Klausur besteht sowohl aus wissensrelevante Aufgaben wie auch aus Aufgaben, die sich auf die Anwendung des Wissens auf bestimmte Fälle, welche im Kurs behandelt wurden, beziehen. Die Klausur selbst zählt für 75% der gesamten Punktezahl. Ein Kursprojekt, welches von den Studierenden präsentiert und schriftlich abgegeben wird, zählt für die verbleibenden 25% der zu vergebenden Punkte. Die Studierenden wählen bis Ende April ein Kursprojekt aus. Die Bewertungskriterien gelten sowohl für am Kurs teilnehmende wie auch nicht teilnehmende Studierende.
Pflichtliteratur	Croes, R., Yang, Y., (eds), “A Modern Guide To Tourism Economics”, Edward Elgar, 2026

	Belleflamme, P., Neyson, N. “Platform Strategies“, Routledge, 2023, (verfügbar als E-Book in der UNIBZ- Bibliothek)
Weiterführende Literatur	Tzung-Cheng, H., Shenglin, B., (eds), Tourism Economics and Sustainability: Navigating Regional Challenges and Solutions Routledge, 2026.
Weitere Informationen	.
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Nachhaltige Städte und Gemeinden