

# Syllabus

## *Kursbeschreibung*

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	Ökonomie von Tourismus und Destinationen
<b>Code der Lehrveranstaltung</b>	30179
<b>Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung</b>	
<b>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich</b>	ECON-04/A
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studiengang</b>	Bachelor in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement
<b>Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)</b>	
<b>Dozenten/Dozentinnen</b>	Dr. Wolfgang Gick, wolfgang.gick@unibz.it <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/33840">https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/33840</a>
<b>Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin</b>	
<b>Semester</b>	Zweites Semester
<b>Studienjahr/e</b>	2
<b>KP</b>	6
<b>Vorlesungsstunden</b>	36
<b>Laboratoriumsstunden</b>	-
<b>Stunden für individuelles Studium</b>	-
<b>Vorgesehene Sprechzeiten</b>	18
<b>Inhaltsangabe</b>	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 Tourismus- und Destinationsentwicklung zu studieren und zu

	<p>bewerten. Es wird erwartet, dass die Studierenden nach dem Kurs die Zusammenhänge zwischen Treibern und Tourismus und Destinationsentwicklung verstehen und Strategien (unter Verwendung geeigneter Methoden wie die SWOT Analyse) aufstellen können, um so zu Steigerung der Attraktivität von Tourismusregionen beizutragen.</p>
<b>Themen der Lehrveranstaltung</b>	<p>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.</p>
<b>Stichwörter</b>	<p>Wettbewerb, Netzwerke, Plattform-Strategien, Nachhaltigkeit</p>
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	<p>Vorkenntnisse in Mikroökonomik und Grundkenntnisse in der Industrieökonomik</p>
<b>Propädeutische Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Unterrichtsform</b>	<p>Vorlesungen, gemeinsame Übungen, Fallbeispiele, Bearbeitung von Kursprojekten</p>
<b>Anwesenheitspflicht</b>	<p>-</p>
<b>Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse</b>	<p>ILO (Intended Learning Outcomes)</p> <p>ILO 1 - Wissen und Verstehen</p> <p>ILO 1.1 von Unternehmensentscheidungen in Monopolen in Bezug auf Qualität, Quantität und Preise</p> <p>ILO 1.2 von Modellen der strategischen Interaktion zwischen Unternehmen in oligopolistischen Kontexten</p> <p>ILO 1.3 der komparativen Vorteile im Bereich der Reiseziele</p> <p>ILO 1.4 von Preis- und Qualitätsstrategien im Reiseziel</p> <p>ILO 1.5 wirtschaftspolitische Instrumente zur Förderung der Entwicklung von Reisezielen</p>

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

	<p>lokaler, regionaler und nationaler Ebene</p> <p>ILO 2.9 Erarbeitung eines nachhaltigen Tourismusedwicklungsplans (aus Sicht der politischen Entscheidungsträger)</p> <p>ILO 2.10 Grundkonzepte, die für den Besuch der Lehrveranstaltungen in Wirtschaftswissenschaften, Betriebswirtschaft und Verwaltung nützlich sind</p> <p>ILO 3 - Urteilen (making judgements)</p> <p>ILO 3.1 die wichtigsten Variablen zu identifizieren, die bei Entscheidungen in komplexen Situationen zu verwenden sind;</p> <p>ILO 3.2 analytisch und kritisch über Informationen, Erfahrungswerte und Daten zu berichten, um adäquate betriebswirtschaftliche Entscheidungen zu treffen;</p> <p>ILO 3.3 die geeignetsten quantitativen und qualitativen Analyseinstrumente auszuwählen, um die Entscheidungsfindung zu unterstützen;</p> <p>ILO 3.4 durch Einsatz logischer Schlussfolgerungen und die Verbindung von Informationen und analytischen Instrumenten Lösungen zu finden</p> <p>ILO 4 - Kommunikationsfähigkeit (communication skills)</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>ILO 4.3 Das Erreichen dieses Zieles wird mittels schriftlicher Prüfungen, Gruppenarbeiten, Hausarbeiten, Präsentation von Fallstudien und Projekten sowie der Abschlussarbeit bewertet.</p> <p>ILO 5 - Lernfähigkeit (learning skills)</p> <p>ILO 5.1 die Fähigkeit, aktuelle Informationen ausfindig zu machen, um mit den Veränderungen im Dienstleistungssektor im</p>
--	---

	<p>Allgemeinen und im Bereich Tourismus-, Sport- und Eventmanagement im Besonderen Schritt halten zu können;</p> <p>ILO 5.2 die Fähigkeit, Informationen aus Datenbanken, Forschungsstudien, Gesetzestexten, Vorschriften und Normen abzurufen und nutzbar zu machen, die in ihrem Berufsleben benötigt werden;</p> <p>ILO 5.3 die Fähigkeit, Daten, Informationen und Erfahrungen zu analysieren, kritisch zu begutachten und zu integrieren;</p> <p>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.</p>
<b>Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)</b>	<p>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.</p>
<b>Art der Prüfung</b>	<p>Gleiche Prüfung für am Kurs teilnehmende und nicht teilnehmende Studierende:</p> <p>Klausur (75%), (ILO 1 und 2)</p> <p>Kursprojekt (25%), (ILO 3, 4, 5)</p>
<b>Bewertungskriterien</b>	<p>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.</p>
<b>Pfichtliteratur</b>	<p>Croes, R., Yang, Y., (eds), "A Modern Guide To Tourism Economics", Edward Elgar, 2026</p>

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