

# Syllabus

## *Kursbeschreibung*

<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	Erlebnistourismus: aktuelle Trends in der Lebensmittel- und Weinbranche
<b>Code der Lehrveranstaltung</b>	30180
<b>Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung</b>	
<b>Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich</b>	AGRI-01/A
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studiengang</b>	Bachelor in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement
<b>Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)</b>	
<b>Dozenten/Dozentinnen</b>	Prof. Günter Schamel, <a href="mailto:Guenther.Schamel@unibz.it">Guenther.Schamel@unibz.it</a> <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/12015">https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/12015</a> dr. Isabel Marie Schäufele-Elbers, <a href="mailto:IsabelMarie.SchaeufeleElbers@unibz.it">IsabelMarie.SchaeufeleElbers@unibz.it</a> <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/46591">https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/46591</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>	6
<b>Stunden für individuelles Studium</b>	-
<b>Vorgesehene Sprechzeiten</b>	18
<b>Inhaltsangabe</b>	Der Kurs behandelt das Thema Erlebnistourismus mit dem Schwerpunkt auf Kulinarik und Wein. Die Studierenden lernen, wie

	lokale Gastronomie, Weinkultur und Produkte mit regionaler Identität zu besonderen Erlebnissen für Besucher kombiniert werden. Der Schwerpunkt liegt auf Besuchererlebnissen, Eventdesign, Destination Branding und das Streben nach Nachhaltigkeit. Durch Fallstudien, Gastvorträge und Exkursionen erhalten die Studierenden praktische Einblicke in die Gestaltung, das Management und die Vermarktung von kulinarischen und öno-gastronomischen Erlebnissen und Veranstaltungen.
<b>Themen der Lehrveranstaltung</b>	<p>Erlebniswirtschaft und Erlebnistourismus: Theoretische Grundlagen</p> <p>Wein- und Gastronomiedestinationen: Geografische Angaben und regionale Marken</p> <p>Relevanz regionaler Produkte und Marken für den Erlebnistourismus</p> <p>Forschungsmethoden und Beispiele im Wein- und Gastronomietourismus</p> <p>Interpretation von Daten und Forschungsergebnissen im Wein- und Gastronomietourismus</p> <p>Digitales Marketing und Produktinnovation im Erlebnistourismus</p> <p>Exkursion: Ein lokales Wein- und/oder Gastronomieerlebnis erfahren und verstehen</p> <p>Gruppenprojekt: Gestaltung eines Wein- und Gastronomieerlebnisses bzw. einer Veranstaltung inklusive Präsentation mit Peer-Review (für Studierende)</p> <p>Bewertung eines lokalen Wein- und Gastronomieerlebnisses bzw. einer Veranstaltung (nicht-studierende Studierende)</p>
<b>Stichwörter</b>	Erlebniswirtschaft, Erlebnistourismus, Wein- und Gastronomietourismus, Destinationen, Geografische Angaben, Regionale Produkte und Marken, Forschungsmethoden, Dateninterpretation, Forschungsergebnisse, Produktinnovation, Exkursion, Lokales Erlebnis oder Event, Präsentation.
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	
<b>Propädeutische Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Unterrichtsform</b>	Vorlesungen, Diskussionen, Tutorien, Gruppenprojekte, Exkursion.
<b>Anwesenheitspflicht</b>	-
<b>Spezifische Bildungsziele</b>	ILO (Intended Learning Outcomes)

<p><b>und erwartete Lernergebnisse</b></p>	<p>           ILO 1 - Wissen und Verstehen            ILO 1.1 die Strategien der vertikalen und horizontalen Differenzierung von Unternehmen            ILO 1.2 der Strategien zur Aufrechterhaltung einer marktbeherrschenden Stellung durch ein Unternehmen            ILO 1.3 von Preis- und Qualitätsstrategien im Reiseziel            ILO 1.4 die Theorie der Preisbildung            ILO 1.5 sektorale Analyseinstrumente für die Sport- und Veranstaltungsbranche            ILO 1.6 der Qualitätsstrategien von Beherbergungsbetrieben            ILO 1.7 der Wirtschaftspolitik für nachhaltigen Tourismus            ILO 1.8 des Konzepts der Nachhaltigkeit und seiner Auswirkungen auf die regionale Entwicklung            ILO 1.9 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            ILO 2.1 Marktanalyse mit dem Ziel, Produkte und Märkte auszuwählen, auf die sich die Geschäftstätigkeit konzentrieren soll            ILO 2.2 kontextabhängige Kriterien für die Preisgestaltung            ILO 2.3 Bewertung der Kosten und des Nutzens der Aufrechterhaltung einer marktbeherrschenden Stellung und der Wahl der am besten geeigneten Instrumente zur Erreichung des Ziels            ILO 2.4 Analyse des Zielkonflikts zwischen Preis und Produktqualität und Verständnis der Kriterien, anhand derer das für den jeweiligen Kontext geeignete Qualitätsniveau gewählt wird            ILO 2.5 Analyse der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit aktueller und künftiger Reiseziele            ILO 2.6 Analyse der Auswirkungen öffentlicher Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität von Reisezielen            ILO 2.7 Fähigkeit, wie ein Wirtschaftswissenschaftler zu argumentieren, d. h. die für die Wirtschaftsanalyse typischen Schemata und Kriterien anzuwenden            ILO 2.8 Fähigkeit, die Wechselwirkung zwischen individuellen Verbraucher- und Unternehmensentscheidungen und dem Marktgleichgewicht zu erfassen            ILO 2.9 Entwicklung von Wirtschaftsmodellen für die nachhaltige         </p>
--	--

	<p>Entwicklung des Tourismus im lokalen Bereich</p> <p>ILO 2.10 Analyse der wirtschaftlichen Auswirkungen von wirtschaftspolitischen Maßnahmen für den Tourismussektor auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene</p> <p>ILO 2.11 Erarbeitung eines nachhaltigen Tourismusedwicklungsplans (aus Sicht der politischen Entscheidungsträger)</p> <p>ILO 2.12 Entwicklung von Wirtschaftsmodellen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung auf lokaler Ebene</p> <p>ILO 2.13 kritische Analyse der tourismuspolitischen Instrumente zur Förderung lokaler Produkte und Bewertung der Wirksamkeit der verschiedenen Instrumente.</p> <p>ILO 2.14 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 notwendige Zusatzinformationen in Datenbanken, Gesetzesunterlagen und wissenschaftlichen Quellen zu finden;</p> <p>ILO 3.5 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 Die Bildungsaktivitäten im ersten Jahr sehen Lehrveranstaltungen in allen drei offiziellen Unterrichtssprachen</p>
--	--

	<p>vor, die Kommunikations- und Präsentationsstrategien und-Techniken betreffen, wobei auch der Erwerb verschiedener Fähigkeiten für das kulturelle Umfeld angeboten wird, das sich auf die Sprache bezieht. Das zweite Jahr sieht einen Sprachkurs in einer vierten Sprache vor. Fallstudien, Projekte und Übungen im Rahmen der Lehrveranstaltungen sowie die schriftlichen Prüfungen am Ende jeder Lehrveranstaltung tragen außerdem zur Förderung der Kommunikationsfähigkeiten der Studierenden bei.</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 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>	
<b>Art der Prüfung</b>	<p>Teilnehmende Studenten: Die Bewertung erfolgt mit einer 90-minütigen schriftlichen Prüfung, durch die Bearbeitung des Gruppenprojekts und durch aktive Teilnahme im Rahmen der Vorlesung und des Gruppenprojektes für teilnehmende Studierende. Die Benotung für teilnehmende Studierende basiert auf folgender Gewichtung: Schriftliche Prüfung 60%, Gruppenprojekt (Report, Präsentation und Diskussion) 40%.</p>

	<p>Nicht-teilnehmende Studenten: Die Bewertung der Kursleistung erfolgt mittels einer 90-minütigen schriftlichen Prüfung, die sich inhaltlich nicht von der Prüfung für teilnehmende Studenten unterscheidet. Zusätzlich ist die Ausarbeitung einer mind. 10-seitigen Seminararbeit erforderlich, die ein lokales Wein- und Gastronomieerlebnis bzw. Veranstaltung bewertet. Die Bewertung der Kursleistung für nicht-teilnehmende Studierende ist wie folgt: Schriftliche Prüfung (60%). Seminararbeit (40%).</p> <p>Zum Bestehen des Kurses sind mindestens 50% der insgesamt erreichbaren Punkte notwendig.</p> <p>ILOs 1 und 2 werden anhand der schriftlichen Prüfung bewertet. ILOs 3 bis 5 werden für teilnehmende Studierende durch das Gruppenprojekt und für nicht teilnehmende Studierende durch eine Seminararbeit bewertet.</p>
<b>Bewertungskriterien</b>	<p>In der schriftlichen Prüfung werden die Güte und Klarheit der Antwort, die Beherrschung der Sprache und die Fähigkeit sowie korrekte Bezüge zu behandelten Themen 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>
<b>Pfichtliteratur</b>	<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>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pine and Gilmore 2000. Erlebniskauf. Econ.</li> <li>- Slocum, Curtis 2017, Food and Agricultural Tourism:Theory and Best Practice, Routledge.</li> <li>- Yeoman 2015, The Future of Food Tourism, ChannelView 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> </ul>

	<p>- Carlsen and Charters (Editors) 2006.Global Wine Tourism, CAB International</p> <p>- Hjalager and Richards (Editors) 2002.Tourism and Gastronomy. Routledge.</p>
<b>Weitere Informationen</b>	<p>Leistungen im Gruppenprojekt, der Seminararbeit sowie durch aktive Teilnahme sind nur im laufenden akademischen Jahr gültig und werden nicht ins nächste akademische Jahr übertragen. Zur schriftlichen Prüfung sind lediglich ein Wörterbuch und Taschenrechner als Hilfsmittel erlaubt. Es sind keine Materialien aus der Vorlesung, Aufzeichnungen oder sonstige begleitende Materialien und elektronische Hilfsmittel erlaubt.</p>
<b>Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)</b>	<p>Gesundheit und Wohlergehen, Nachhaltiger Konsum und Produktion, Nachhaltige Städte und Gemeinden</p>