Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Erlebnis- und Event Tourismus: Kulinarik und Wein
Code der Lehrveranstaltung	30180
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	AGRI-01/A
Sprache	Deutsch
Studiengang	Bachelor in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement
Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)	
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Günter Schamel, Guenter.Schamel@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/12015 dr. Isabel Marie Schäufele-Elbers, IsabelMarie.SchaeufeleElbers@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/46591
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Zweites Semester
Studienjahr/e	2
KP	6
Vorlesungsstunden	36
Laboratoriumsstunden	6
Stunden für individuelles Studium	-
Vorgesehene Sprechzeiten	18
Inhaltsangabe	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.
Themen der Lehrveranstaltung	Erlebniswirtschaft und Erlebnistourismus: Theoretische Grundlagen Wein- und Gastronomiedestinationen: Geografische Angaben und regionale Marken Relevanz regionaler Produkte und Marken für den Erlebnistourismus Forschungsmethoden und Beispiele im Wein- und Gastronomietourismus Interpretation von Daten und Forschungsergebnissen im Wein- und Gastronomietourismus Digitales Marketing und Produktinnovation im Erlebnistourismus Exkursion: Ein lokales Wein- und/oder Gastronomieerlebnis erfahren und verstehen Gruppenprojekt: Gestaltung eines Wein- und Gastronomieerlebnisses bzw. einer Veranstaltung inklusive Präsentation mit Peer-Review (für Studierende) Bewertung eines lokalen Wein- und Gastronomieerlebnisses bzw. einer Veranstaltung (nicht-studierende Studierende)
Stichwörter	Erlebniswirtschaft, Erlebnistourismus, Wein- und Gastronomietourismus, Destinationen, Geografische Angaben, Regionale Produkte und Marken, Forschungsmethoden, Dateninterpretation, Forschungsergebnisse, Produktinnovation, Exkursion, Lokales Erlebnis oder Event, Präsentation.
Empfohlene Voraussetzungen	
Propädeutische Lehrveranstaltungen	
Unterrichtsform	Vorlesungen, Diskussionen, Tutorien, Gruppenprojekte, Exkursion.
Anwesenheitspflicht	-
Spezifische Bildungsziele und erwartete	ILO (Intended Learning Outcomes)

Lernergebnisse	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. 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 Entwicklung des Tourismus im lokalen Bereich

	ILO 2.10 Analyse der wirtschaftlichen Auswirkungen von wirtschaftspolitischen Maßnahmen für den Tourismussektor auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene ILO 2.11 Erarbeitung eines nachhaltigen Tourismusentwicklungsplans (aus Sicht der politischen Entscheidungsträger) ILO 2.12 Entwicklung von Wirtschaftsmodellen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung auf lokaler Ebene ILO 2.13 kritische Analyse der tourismuspolitischen Instrumente zur Förderung lokaler Produkte und Bewertung der Wirksamkeit der verschiedenen Instrumente. ILO 2.14 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 notwendige Zusatzinformationen in Datenbanken, Gesetzesunterlagen und wissenschaftlichen Quellen zu finden; ILO 3.5 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 Die Bildungsaktivitäten im ersten Jahr sehen Lehrveranstaltungen in allen drei offiziellen Unterrichtssprachen 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. 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)	
Art der Prüfung	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%. 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%). Zum Bestehen des Kurses sind mindestens 50% der insgesamt erreichbaren Punkte notwendig. 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.
Bewertungskriterien	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.
Pflichtliteratur	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.
Weiterführende Literatur	- Pine and Gilmore 2000. Erlebniskauf. Econ. - Slocum, Curtis 2017, Food and Agricultural Tourism:Theory and Best Practice, Routledge. - Yeoman 2015, The Future of Food Tourism, ChannelView Publications. - Getz, Andersson, Robinson, Vujicic 2014.Foodies and Food Tourism. Goodfellow Publishers. - Sidali, Spiller, Schultze (Editors) 2011. Food, Agri-Culture and Tourism, Springer Verlag. - Carlsen and Charters (Editors) 2006.Global Wine Tourism, CAB International

	- Hjalager and Richards (Editors) 2002.Tourism and Gastronomy. Routledge.
Weitere Informationen	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.
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Gesundheit und Wohlergehen, Nachhaltiger Konsum und Produktion, Nachhaltige Städte und Gemeinden