Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Tourism Management Club
Code der Lehrveranstaltung	30151
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	ECON-07/A
Sprache	Deutsch
Studiengang	Bachelor in Tourismus-, Sport- und Eventmanagement
Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)	
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Dr. Oswin Maurer, oswin.maurer@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/973
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Zweites Semester
Studienjahr/e	not defined
KP	6
Vorlesungsstunden	36
Laboratoriumsstunden	-
Stunden für individuelles Studium	-
Vorgesehene Sprechzeiten	18
Inhaltsangabe	Der Tourism Management Club ist eine der wenigen Lehrveranstaltungen, die Studierende direkt in Entscheidungen ueber Inhalte, Struktur und Themen einbezieht. Hinzu kommt, das im Rahmen dieser Lehrversanstaltung Studierende wechselweise fuer Aufgaben wie Moderation, Pressearbeit, Catering u.v.a.m. veranwortlch sind und somit das Management von Veranstaltungen aus “erster Hand” erfahren und praktizieren koennen.

Themen der Lehrveranstaltung	Drei aktuelle Themen aus den Bereichen Tourismus, Reisen, Erlebnis und Event bilden die Grundlage für TMC. Die Auswahl der Themen hängt von den aktuellen und wichtigen Entwicklungsbereichen in diesen Branchen ab, die für Institutionen und Unternehmen von Interesse sind und den Lernfortschritt, die Fähigkeiten und die Kompetenzentwicklung der Studierenden ermöglichen. Die Themen werden durch ein kombiniertes Format von Live- oder virtuellen Präsentationen, Live- oder virtuellen Moderationen und Live- oder virtuellen Diskussionen abgedeckt, mit Recherchen im Vorfeld der Veranstaltung und anschließenden Evaluierungen, Berichterstattung und Veröffentlichungspflichten in jeder einzelnen Veranstaltung. Die Hauptthemen umfassen: o Datensammlung und -aufbereitung zu Branchenhintergrund, Unternehmensleistung, institutionellem Umfeld, Wettbewerbssituation, regionaler Relevanz; o Sammlung und Auswertung von Zeitungen, Branchenpublikationen, Beratungsberichten und populären Medien zu den im TMC behandelten Themen o Präsentations- und Moderationstraining o Training zum Verfassen von Pressemitteilungen für regionale Tages- und Wochenzeitungen o Sammeln, Verwalten und Aktualisieren von Kundendatenbanken (Teilnehmer) o Verfassen, Redaktion und Verteilung von Berichten an Interessengruppen o Gestaltung von PR-Materialien, Fotos, Hintergrundinformationen und Präsentationsmaterialien für jede TMC-Veranstaltung o Vorbereitung und Durchführung von Aktivitäten im Anschluss an die Veranstaltung (Catering, Pressemitteilungen, Controlling, Follow-up-Kommunikation mit Moderatoren und Sponsoren)
Stichwörter	o Eventmanagement und -organisation o Stakeholderaktivitäten o Präsentationskompetenzen o Berichtserstellung o Angewandte Aktivität
Empfohlene	Kenntnis der deutschen Sprache auf Niveau B1 oder höher

Voraussetzungen	
Propädeutische Lehrveranstaltungen	
Unterrichtsform	Der Kurs baut auf drei verschiedenen, aber sich ergänzenden Lehr- und Lernformaten auf: - Seminar, das den Studierenden einen systematischen Überblick über aktuelle Fragen im Zusammenhang mit den für die eigentliche TMC-Reihe auszuwählenden Themen, einschließlich Datenerfassung und -auswertung, und Kommunikations-/Präsentationstraining, sowie über geschäftliche und institutionelle Zusammenhänge vermittelt - Durchführung einer Veranstaltung (von drei Einzelveranstaltungen, die von einer Gruppe geleitet werden und bei denen jeder Student in verschiedenen Rollen auftreten muss (Moderation, Präsentation, Catering, Berichterstattung usw.) - Berichterstattung, Anwendung und Dokumentation der erworbenen Fähigkeiten und der während des TMC gemachten Erfahrungen.
Anwesenheitspflicht	-
Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse	ILO (Intended Learning Outcomes) ILO 1 - Wissen und Verstehen ILO 1.1 zum Management von Informationsflüssen, des Marketings und deren Funktionen auf dem Verbrauchermarkt (einschließlich Verhaltenswissenschaften, Marktforschung, Destinationsmarketing) ILO 1.2 des nachhaltigen Tourismusmanagements im internationalen Kontext ILO 1.3 der aktuellen Dynamik des internationalen Wettbewerbs auf dem Tourismusmarkt ILO 1.4 von Preis- und Qualitätsstrategien im Reiseziel ILO 1.5 der horizontalen Differenzierungsstrategien von Beherbergungsbetrieben ILO 1.6 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 Branchenanalyse, Wettbewerbsanalyse und Analyse des

	Unternehmensumfelds in verschiedenen Sektoren 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 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 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, Daten, Informationen und Erfahrungen zu analysieren, kritisch zu begutachten und zu integrieren; ILO 5.3 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	Zur Beurteilung und Bewertung des Beitrags der teilnehmende und

	nicht-teilnehmende Studierenden werden drei verschiedene Methoden verwendet, die jeweils in die Endnote einfließen. - schriftlicher Bericht, der zu 50 % (50 von 100) in die Endnote eingeht (ILO 1, ILO 2, ILO 3, ILO 4, ILO 5) - Peer group Evaluierung, die zu 15 Prozent (15 von 100) in die Endnote einfließt (ILO 1.1, ILO 2, ILO 3.3, ILO 4.1) - Abschlussprüfung, die zu 35 % (35 von 100) in die Endnote eingeht (ILO 1, ILO 2, ILO 3.1, ILO 3.3, ILO 5) Theorie: wird durch eine schriftliche Prüfung mit Wiederholungsfragen am Ende des Kurses bewertet (35%) Anwendung: bewertet durch einen schriftlichen Gruppenprojektbericht und eine Beurteilung durch die peer group (65%)
Bewertungskriterien	Die Endnote ergibt sich aus dem gewichteten Durchschnitt der drei Teile der Bewertung Theorie: Bewertung durch eine schriftliche Prüfung mit Wiederholungsfragen am Ende des Kurses (35%) Relevant für die Bewertung der Theorie: - Realisierbarkeit des Lösungsvorschlags, Klarheit der Antworten, argumentative Logik und Kontext, Fähigkeit zur Bewertung und Beantwortung in knapper und präziser Form, Beherrschung der Sprache (in Bezug auf Fachbegriffe), kritische Analyse und Diskussion der zugrunde liegenden Theorie und Praxis Relevant für die Bewertung der Bewerbung: • Vollständigkeit der Informationen, ordnungsgemäße Dokumentation der Materialien, Verwendung wissenschaftlicher Literatur zur Untermauerung der Argumentation, Verwendung aktueller/aktueller Themen zur Untermauerung der argumentativen Logik, Kreativität, kritisches Denken, Teamarbeit und Teammanagement, Qualität der technischen Zusammenfassung und professionelle Präsentation der Ergebnisse
Pflichtliteratur	Literatur zu den einzelnen Themen wird vor/bei den Seminarsitzungen verteilt

Weiterführende Literatur	aktuelle Artikel und Fälle werden während der Seminare zur Verfügung gestellt
Weitere Informationen	
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Hochwertige Bildung, Partnerschaften zur Erreichung der Ziele, Nachhaltiger Konsum und Produktion, Industrie, Innovation und Infrastruktur