

Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Trends and Issues in Tourism Management
Code der Lehrveranstaltung	31013
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	ECON-07/A
Sprache	Englisch
Studiengang	Master in Tourismusmanagement
Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)	
Dozenten/Dozentinnen	Prof. Matthias Fuchs, Matthias.Fuchs@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/236
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Zweites Semester
Studienjahr/e	2
KP	6
Vorlesungsstunden	36
Laboratoriumsstunden	-
Stunden für individuelles Studium	-
Vorgesehene Sprechzeiten	18
Inhaltsangabe	Die Lehrveranstaltung „Aktuelle Trends und Themen im Tourismusmanagement“ (31013) vermittelt Konzepte und Techniken zur Analyse wirtschaftlicher und nicht-wirtschaftlicher Faktoren, um aktuelle Trends, Probleme und Herausforderungen des Tourismus zu bewältigen. Folgende Themen werden behandelt:

	- Regenerativer und transformativer Tourismus - Künstliche Intelligenz am Beispiel neuronaler Netzwerke im Tourismus - Imagebildung für Reiseziele - Netzwerkanalytische Frameworks im Tourismus - Klimawandel und Mobilitätsverhalten im Tourismus
Themen der Lehrveranstaltung	The course deals with theoretical concepts as well as scientific frameworks and methods for analysing, evaluating and managing current tourism trends. The following list of topics is indicative. Further relevant topics can be added (until the start of the course). Frameworks of regenerative and transformative tourism; Lifestyle entrepreneurship; Network analytical frameworks in tourism; Artificial Intelligence in tourism exemplified with Artificial Neural Networks; Destination image & segmentation; Asymmetric effects of guest satisfaction; Tourism benchmarking; the Ethics of tourism sustainability; Climate change and tourism. The frameworks, methods and theories discussed are critically reflected upon and their limitations are highlighted. Notably, the course also addresses practical tourism perspectives through the elaboration of case studies with the industry. By so doing, mobility trends, demographic trends and labour market trends (shortages, grievances and justice issues) as well as the usage of artificial intelligence methods in tourism will be covered.
Stichwörter	Latest management methods in tourism; Trends, issues and challenges in tourism; Critical management epistemology in tourism; Transformative frameworks for regenerative tourism;
Empfohlene Voraussetzungen	Interest in the topics as well as an interest in scientific methods of tourism management research.
Propädeutische Lehrveranstaltungen	
Unterrichtsform	Lectures in the form of classroom teaching, exercises on academic papers and case studies and presentations
Anwesenheitspflicht	-
Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse	INTENDED LEARNING OUTCOMES (ILO) ILO 1: WISSEN UND VERSTEHEN ILO 1.1 Der/Die Studierende erwirbt spezifische Kompetenzen und

	Fähigkeiten, um Managementfragen aus der Perspektive der Führung von Tourismusunternehmen, der Entwicklung und Förderung von Tourismusdestinationen sowie der Planung und des Managements von integrierten Tourismussystemen und einzelnen Dienstleistungen in strategischer, organisatorischer und administrativer Hinsicht mit einer internationalen und interkulturellen Perspektive zu behandeln. ILO 1.2 Der/Die Studierende erwirbt die Fähigkeit, die durch Tourismus induzierten Umwelt-, als auch gesellschaftlichen Probleme zu erfassen, zu analysieren und deren Interdependenzen und Kontexte zu verstehen, indem Theorien und Methoden angewendet und Erklärungsansätze entwickelt werden. ILO 2. FÄHIGKEIT, WISSEN UND VERSTEHEN ANZUWENDEN ILO 2.1 Der/Die Studierende erwirbt die Fähigkeit, die für den Tourismussektor charakteristischen Probleme zu verstehen und zu analysieren, indem er Theorien und ILO Modelle anwendet und geeignete Instrumente für das Management von Tourismusunternehmen einsetzt. ILO 2.2 Der/Die Studierende erwirbt die Fähigkeit, Modelle zur Analyse des Tourismusmarktes anzuwenden. ILO 2.3 Der/Die Studierende erwirbt die Beherrschung der Verwaltung der Humanressourcen und die Fähigkeit, der Unternehmenskultur den richtigen Stellenwert einzuräumen. ILO 2.4 Der kontextuale, multidisziplinäre Ansatz befähigt Studierende, betriebliche, sektorale, ökonomische und gesellschaftliche Anforderungen und Umweltprobleme in Entscheidungsprozesse in holistischer Art zu berücksichtigen. ILO 2.5 Wissensanwendungsbereiche umfassen sowohl Mikro- und Meso-, als auch Makroebenen, und inkludieren den Erwerb von Fähigkeiten, die sowohl in der Politikberatung als auch in Strategieentwicklung von Unternehmen gefragt sind. ILO 2.6 Hinzu kommen Kompetenzen, die ihre Fundierung in der Verhaltensökonomie, Entscheidungstheorie und in der Konsumentenverhaltensforschung haben, Kompetenzen, die insbesondere in der empirischen Analyse, als auch in ex-ante Prognosen und Szenarien im Rahmen von zukunftsgerichteten Fragestellungen von großer Bedeutung sind. ILO 2.7 Entwickelte Fähigkeiten können sowohl im regionalen, nationalen und internationalen Kontexten angewendet werden.
--	--

	ILO 2.8 Die Kompetenzentwicklung und -förderung beinhaltet auch die Fähigkeit, komplexe, gesellschaftlich relevante Fragestellungen und Ergebnisse präzise und kohärent darstellen zu können, jedoch in verständlicher Art und Weise und zielgruppenorientiert. ILO 3: URTEILEN ILO 3.1 Die Fähigkeit zu erwerben, empirische Modelle und Erkenntnisse in der Untersuchung von Tourismusunternehmen, Verbänden, Konsortien und Reisezielen miteinander zu vergleichen. ILO 4: KOMMUNIKATIONSFÄHIGKEIT ILO 4.1 Der/Die Absolvent/in des Masters wird imstande sein, durch den Gebrauch verschiedener Fachsprachen, je nachdem, um welchen Empfänger und um welche kommunikativen und didaktischen Absichten es sich dabei handelt, die spezifischen Inhalte der einzelnen Bereiche effizient mündlich und schriftlich zu kommunizieren und die Auswirkungen seiner/ihrer Kommunikation zu beurteilen. Die schriftlichen und mündlichen Fähigkeiten werden insbesondere in jenen Bildungstätigkeiten entwickelt, die zur Vorbereitung der Masterabschlussarbeit dienen, bei der Diskussion von Unternehmensfällen und in den interaktiven Vorlesungen, welche Gruppendiskussionen sowie einen Vergleich der individuellen Analysen vorsehen. ILO 5: LERNFÄHIGKEIT ILO 5.1 Thematische Verbindungen zu ermitteln und Beziehungen zwischen verschiedenen Fällen und Analysekontexten herzustellen. ILO 5.2 Ein neues Problem systematisch darzustellen und geeignete Taxonomien zu erzeugen. ILO 5.3 Allgemeine Modelle ausgehend von den untersuchten Phänomenen zu entwickeln.
Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)	The aim of the course is to provide students with concepts, models and techniques to analyse economic and non-economic factors necessary to identify, understand and evaluate current trends and issues affecting the tourism sector. The course applies management and marketing theories with the aim to evaluate complex business problems and to formulate sustainable strategies for tourism businesses and destinations to face contemporary issues and take advantage of the latest trends.

	Knowledge and understanding: • of concepts, models and techniques to exploit market opportunities in tourism according to latest trends • of current trends and issues in the development of sustainable tourism • of current and new formats relevant for sustainable competitiveness of tourism businesses and destinations Applying knowledge and understanding: • Ability to recognize the major current issues and latest trends shaping the tourism sector. • Ability to apply theories and models to formulate strategies for tourism businesses and destinations to face current issues and take advantage of the latest trends. • Ability to recognize and apply effective strategies, tools and practices to establish collaboration among tourism stakeholders for the development of smart tourism. Making judgments: • Acquire the ability to gather and interpret relevant data to forecast change in the global tourism environment and to make judgments for successful strategies • Making judgments on the competitiveness of tourism destinations and firms in a dynamic environment • Have the ability to integrate knowledge and handle complexity for formulating decisions about the impact of global environmental and digital factors on the international tourism market and the market opportunities that may arise. Communication skills: • Communication skills to present in a consistent and convincing way the development of competitive and sustainable strategies for tourism firms and destinations • Communicate information, ideas, problems and solutions related to the identification and exploitation of market opportunities in tourism. Learning skills: • Ability to establish interdisciplinary understanding and links
--	---

	among the heterogeneous required readings about management and marketing trends and issues in an autonomous and independent way • Ability to apply a historical approach to contextualize, interpret and forecast the (future) evolution of the tourism landscape.
Art der Prüfung	Option 1: One presentation (50%); final written exam (50%). The presentation requires students to work in groups to work on a chosen case study both in theoretical and methodological terms. Beside the presentation, students are required to submit a printed copy of the slides with comments in a report format. The final written exam consists of open questions and one essay-type question. These questions aim to evaluate the students' understanding of theoretical concepts and their ability to use and critically reflect these concepts for analysing and explaining current issues and trends in tourism management. All ILOs are assessed (ILO 1-5) The final written exam will last 90 minutes. Option 2: Final written exam (100%). The final written exam consists of open questions and one essay-type question. These questions aim to evaluate the students' understanding of theoretical concepts and their ability to use and critically reflect these concepts for analysing and explaining current issues and trends in tourism management. All ILOs are assessed (ILO 1-5) The final written exam will last 120 minutes
Bewertungskriterien	Assessment criteria applied: - Knowledge and understanding of texts (20%) - Ability to make connections between texts (5%) - Ability to apply knowledge (20%) - Independent judgment and critical thinking (30%)

	- Transfer of acquired knowledge to practical contexts (25%)
Pflichtliteratur	Fuchs, M. & Pikkemaat, B. (2004). Destination Image Analysis: A Cross-Cultural Segmentation Approach. <i>Tourism: State of the Art II</i>, University of Strathclyde, Glasgow, UK, June 27-30 2004, pp. 127-148. Fuchs, M. & Weiermair, K. (2004): Destination Benchmarking - An Indicator-System's Potential for Exploring Guest Satisfaction. <i>Journal of Travel Research</i>, 42 (3): 212-225 Fuchs, M. (2004): Strategy Development in Tourism Destinations: A Data Envelopment Analysis Approach. <i>Poznan Economics Review</i>, 4 (1): 52-73. Höpken, W. & Fuchs, M. (2022). Business Intelligence in Tourism, in Z. Xiang et al. (eds.), <i>Handbook of e-Tourism</i>, Springer Nature Switzerland AG 2022, 497-524. Fuchs, M., Höpken, W. & Lexhagen, M. (2014). Big Data Analytics for Knowledge Generation in Tourism Destinations – A Case from Sweden, <i>Journal of Destination Marketing and Management</i>, 3(4):198-209. Fuchs, M., Eberle, T. & Höpken, W. (2025). Google Maps data for Tourism Real-time Monitoring and Analytics: The case of Cultural Tourism, Sweden, Stylos, N. & Zwiigelaar J. (eds.) <i>Big Data Marketing and Management in Tourism and Hospitality</i>, Edward Elgar Publishing (146–167) Gretzel, U., Fuchs, M., et al. (2020). E-tourism beyond COVID-19: A call for transformative research. <i>Information Technology & Tourism</i>, 22, 187–203 Akhoundoghli, M & Boluk, K (2025). An examination of Degrowth Frameworks: Localizing, Socializing and Regenerative Tourism, <i>Tourism Analysis</i>, 30(1) 23-43. Fuchs, M. (2023). A Post-Cartesian Economic and Buddhist view on tourism, <i>Annals of Tourism Research</i>, 103, 688, https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103688 Ghoshal S (2005) Bad management theories are destroying good management practices. <i>Academy of Management Learning Education</i> 4(1):75–91 Dierksmeier C, Pirson M (2010) The modern corporation and the idea of freedom. <i>Philosophy & Management</i> 9(3):5–25 Tomassini, L., Baggio, R., Cavagnaro, E., Farsari, I., Fuchs, M., & Sørensen, F. (2024) Circular economy in tourism and hospitality: A

	micro-meso-macro framework for inter-disciplinary research, <i>Tourism & Hospitality Research</i>, 25(4), 718-725.
Weiterführende Literatur	Peters, A., Fredman, P. & Fuchs, M. (2026). The Tourism Biodiversity Knowledge System: An Interdisciplinary and Integrative Review, <i>Tourism Recreation Research</i>, (Open access), https://doi.org/10.1080/02508281.2025.2611769 Regitz, D., Höpken, W. & Fuchs, M. (2026) User-Generated Content for Identifying KANO Product Quality Features: A Fine-Grained Topic Detection and Sentiment Analysis Approach, <i>Journal of Information Technology & Tourism</i>, (Open access), 28(20) https://doi.org/10.1007/s40558-025-00354-y Slevitch, L. (2024). Kano Model Categorization Methods: Typology and Systematic Critical Overview for Hospitality and Tourism. <i>Journal of Hospitality & Tourism Research</i>, 1-31. Fuchs M., Sigala M. (2022) Strategic use of information technologies in tourism: A review and critique. In: Xiang Z., Fuchs M., et al. (eds) <i>Handbook of e-Tourism</i>. Springer, Cham., 1109-1145, Höpken, W., Eberle, T., Fuchs, M., Lexhagen, M. (2019). Google Trends Data for analysing tourists' online search behaviour and improving demand forecasting, <i>Journal of Information Technology and Tourism</i>, 21:45–62 Höpken, W., Wang, Z., Schwarzenbacher, S. & Fuchs, M. (2026). Comparison of Tourists' Perceptions and Destinations' Self-Presentation through Instagram Posts: A Convolutional Neural Network-based Image Recognition Approach <i>Journal of Information Technology & Tourism</i>, (Open access), 28(16) https://doi.org/10.1007/s40558-025-00355-x Law, R., Lin, J., Ye, H. & Fong, D. (2024) AI research in hospitality: a state-of-the-art review. <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>, 36(6) 2049–2068. Eber, Z. F., Baggio, R. & Fuchs, M. (2018). Network analysis of a multi destination region: The case of Halland, South Sweden, <i>Journal of Information Technology & Tourism</i>, 20, 181-189. Kronenberg, K. & Fuchs, M. (2021). Aligning Tourism's Socio-Economic Impact with the United Nations' Sustainable Development Goals. <i>Tourism Management Perspectives</i>, 39, 1-12.

	Minett D, Yaman R & Denizci B (2009) Leadership styles and ethical decision-making in hospitality management, <i>International Journal of Hospitality Management</i>, 28, 486-493 Fuchs, M., Fossgard, K., Stensland, S. & Chekalina, T. (2021). Innovation and creativity in nature-based tourism: A critical reflection and assessment, In V. Haukeland, & P. Fredman (Eds.) <i>Nordic Perspectives on Nature-based Tourism</i>, (pp. 175-193), Edward Elgar. Fuchs, M. & Kronenberg, K. (2025). Assessing Cultural Tourism's and Creative Sectors' Contribution to build a Circular Economy, Salvador, E. & Pappalepore, I. (eds.). <i>Responsible Consumption and Production in the Cultural and Creative Industries</i>, Routledge, New York, pp. 75-93. Higgins-Desbiolles, F. (2024) The end of tourism? <i>Journal of Tourism Futures</i>, 10 (3): 476–485. Bellato, L. & Pollock, A. (2023). Regenerative tourism: a state-of-the-art review, <i>Tourism Geographies</i>, 27(3-4), 558-567 Sun, YY., et al. (2024) Drivers of global tourism carbon emissions. <i>Nat Commun</i> 15, 10384
Weitere Informationen	Teaching materials, such as PowerPoint slides, required readings and further readings can be found in the Reserve Collection
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Keine Armut, Hochwertige Bildung, Nachhaltiger Konsum und Produktion, Industrie, Innovation und Infrastruktur, Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum