Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Destination Management
Code der Lehrveranstaltung	31000
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	SECS-P/08
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	Erstes Semester
Studienjahr/e	1
KP	6
Vorlesungsstunden	36
Laboratoriumsstunden	-
Stunden für individuelles Studium	-
Vorgesehene Sprechzeiten	18
Inhaltsangabe	The Course titled "Managing Tourism Destinations" (31000) provides an advanced theoretical background of destination management and covers the following topics: - Roles and functions of destination management organisations (DMOs)

	- Interaction dynamics between stakeholders, resources and core competences in reaching sustainable competitive advantage of destinations - Challenges of planning and developing competitive and sustainable tourism destinations and products - Limitations and critical issues of theories applied to the management of tourism destinations
Themen der Lehrveranstaltung	Der Kurs untersucht touristische Destinationen als aggregierende Organisationseinheiten für die Entwicklung wettbewerbsfähiger und nachhaltiger Tourismusangebote. Er vermittelt einen fortgeschrittenen theoretischen Hintergrund zu Destinationsmanagement und Governance. Er analysiert die Rollen und Funktionen von Regierungsbehörden und Destinationsmanagementorganisationen (DMO), die Interaktionsdynamik verschiedener Stakeholder, die Bedeutung unterschiedlicher Kompetenzen für nachhaltige Wettbewerbsvorteile sowie die Herausforderungen bei der Planung und Entwicklung nachhaltiger und wettbewerbsfähiger Tourismusdestinationen und -produkte. Anhand von Fallstudien und Präsenzdiskussionen werden theoretische Modelle auf Destinationen in verschiedenen Phasen ihres Lebenszyklus auf lokaler und internationaler Ebene sowie in Industrie- und Entwicklungsländern angewendet. Im Einzelnen behandelt der Kurs folgende Themen: Management von Tourismussystemen, Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit von Destinationen, Funktionen von DMOs, Stakeholder Engagement und Partnerschaften sowie Ressourcenintegration in die Planung und Entwicklung nachhaltiger Destinationen und Produkte. Im Laufe des Kurses werden Theorien zum Management von Tourismusdestinationen kritisch reflektiert und ihre Grenzen aufgezeigt.
Stichwörter	"Management & Marketing von Destinationen"; "Nachhaltigkeit von Destinationen"; "Destinationsplanung"; "Destinationsentwicklung"; „Destinationsforschung"
Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Thema „Destinationsmanagement" sowie an einer Einführung in wissenschaftliche Methoden der touristischen Destinationsmanagementforschung.
Propädeutische Lehrveranstaltungen	

Unterrichtsform	Vorlesungen in Form von Präsenzunterricht, Übungen an Fallstudien, Präsentationen
Anwesenheitspflicht	_
Spezifische Bildungsziele und erwartete Lernergebnisse	Wissen und Verstehen 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. 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. Fähigkeit, Wissen und Verstehen anzuwenden Der/Die Studierende erwirbt die Fähigkeit, die für den Tourismussektor charakteristischen Probleme zu verstehen und zu analysieren, indem er Theorien und Modelle anwendet und geeignete Instrumente für das Management von Tourismusunternehmen einsetzt. Der/Die Studierende erwirbt die Fähigkeit, Modelle zur Analyse des Tourismusmarktes anzuwenden. Der/Die Studierende erwirbt die Beherrschung der Verwaltung der Humanressourcen und die Fähigkeit, der Unternehmenskultur den richtigen Stellenwert einzuräumen. Der/Die Studierende erwirbt auch Kenntnisse in der Buchhaltung und in der Finanzierung von Projekten zur Unternehmensentwicklung. 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. 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. Entwickelte Fähigkeiten können sowohl im regionalen, nationalen und internationalen Kontexten angewendet werden. 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. Urteilen die Fähigkeit zu erwerben, Daten auszuwählen und die entsprechenden B29 Informationen zu verwenden, um ein Problem im Zusammenhang mit der Führung von Tourismusunternehmen sowie Vereinigungen und Konsortien und Reisezielen zu beschreiben; die Fähigkeit zu erwerben, empirische Modelle und Erkenntnisse in der Untersuchung von Tourismusunternehmen, Verbänden, Konsortien und Reisezielen miteinander zu vergleichen. Kommunikationsfähigkeit 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. Lernfähigkeit thematische Verbindungen zu ermitteln und Beziehungen zwischen verschiedenen Fällen und Analysekontexten herzustellen. ein neues Problem systematisch darzustellen und geeignete Taxonomien zu erzeugen. allgemeine Modelle ausgehend von den untersuchten Phänomenen

	zu entwickeln.
Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)	Kenntnisse und Verständnis von: • Systemtheorien im Tourismus • Theorien, Rahmenbedingungen, Modelle und Prozesse, die Destinationsmanager bei der komplexen Aufgabe unterstützen, nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit zu fördern • Interaktionsdynamik zwischen verschiedenen touristischen Stakeholdern • Entwicklung nachhaltiger Destinationsprodukte • Destinationsführung, -koordination und -steuerung Anwendung von Kenntnissen und Verständnis • Fundierte Entscheidungen bei der Entwicklung erfolgreicher Strategien im Destinationsmanagement treffen • Tourismusdestinationen bei der Erreichung nachhaltiger Wettbewerbsfähigkeit unterstützen • Tourismusprodukte auf der Grundlage der nachhaltigen Nutzung lokaler Ressourcen entwickeln • Verschiedene Stakeholder für eine erfolgreiche Destinationsführung und -steuerung koordinieren Selbständiges Urteilsvermögen • Fähigkeit, adäquate Theorien, Rahmenbedingungen und Modelle zu bewerten und auszuwählen, um nachhaltig erfolgreiche Maßnahmen in der Destinationsentwicklung zu ergreifen • Fähigkeit, relevante Daten auszuwählen und zu interpretieren, um erfolgreiche Maßnahmen im Destinationsmanagement zu ergreifen Kommunikationsfähigkeiten • Mündliche und schriftliche Kommunikationsfähigkeiten, um die Entwicklung wettbewerbsfähiger und nachhaltiger Strategien für Tourismusdestinationen konsistent und überzeugend zu präsentieren • Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen im Zusammenhang mit der Identifizierung und Nutzung von Marktchancen im Kontext des Managements von Destinationen Lernkompetenzen • Der system- und theorieorientierte Teil des Kurses

	ermöglicht es den Studierenden, selbstständig zu untersuchen, wie sich aktuelle Probleme in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen und Branchen auf das Management und die Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen auswirken.
Art der Prüfung	Die regelmäßige Teilnahme an der Lehrveranstaltung wird von der Lehrveranstaltungsleitung dokumentiert. Bei mindestens 50% Anwesenheit gelten Studierende als „Teilnehmend Studierende". TEILNEHMEND STUDIERENDE: Eine Präsentation (30 %); schriftliche Abschlussprüfung (70 %). Die Präsentation inkludiert eine Gruppenarbeit zur Entwicklung eines nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Produkts/Dienstleistung für eine Tourismusdestination. Neben der Präsentation ist ein ausgedrucktes Exemplar der Folien mit Kommentaren in Form eines Berichts einzureichen. Die schriftliche Abschlussprüfung besteht aus offenen Fragen und einer Essay-Frage. Diese Fragen zielen darauf ab, das Verständnis der Studierenden für theoretische Konzepte sowie ihre Fähigkeit zu bewerten, diese Konzepte zur Analyse und Erklärung aktueller Herausforderungen im Management nachhaltiger und wettbewerbsfähiger Destinationen anzuwenden und kritisch zu reflektieren. Die schriftliche Abschlussprüfung dauert 90 Minuten. NICHT-TEILNEHMEND STUDIERENDE: Schriftliche Abschlussprüfung (100 %). Die schriftliche Abschlussprüfung besteht aus offenen Fragen und einer Essay-Frage. Ziel dieser Fragen ist es, das Verständnis der Studierenden für theoretische Konzepte sowie ihre Fähigkeit zu bewerten, diese Konzepte zur Analyse und Erklärung aktueller Herausforderungen im Management nachhaltiger, wettbewerbsfähiger Destinationen anzuwenden und kritisch zu reflektieren. Die schriftliche Abschlussprüfung dauert 120 Minuten.
Bewertungskriterien	Verwendete Bewertungskriterien: - Kenntnis und Verständnis der Texte (20%) - Fähigkeit, Verbindungen zwischen den Texten herzustellen (5%)

	- Fähigkeit, das Wissen anzuwenden (20%) - Eigenständiges Urteil und kritisches Denken (30%) - Übertragung des erworbenen Wissens auf praxisrelevante Kontexte (25%)
Pflichtliteratur	· Morrison, A. (2019). Marketing and managing tourism destinations. Second edition. New York: Routledge (latest editions will be used) · Akhoundoghli, M & Boluk, K (2025). An examination of Degrowth Frameworks: Localizing, Socializing and Regenerative Tourism, Tourism Analysis, 30(1). 23-43 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. *Tourism and Hospitality Research*, https://doi.org/10.1177/14673584241257870
Weiterführende Literatur	· Fuchs, M. & Kronenberg, K. (2025). Assessing Cultural Tourism's and Creative Sectors' Contribution to build a Circular Economy, Salvador, E. & Pappalepore, I. (eds.). Responsible Consumption and Production in the Cultural and Creative Industries, Routledge, New York, pp. 75-93. · Chekalina, T. et al. (2018). Customer-based destination brand equity modelling – The role of destination resources, value-for money and value-in-use. *Journal of Travel Research,* 57(1), 31-51. · Fuchs, M. (2023). A Post-Cartesian Economic and Buddhist view on tourism, Annals of Tourism Research, 103, 688, https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103688 · Peters, A. & Fuchs, M. (2023): A relational exploration of tourists' environmental values and their perception of restrictions in protected nature, *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: 10.1080/09669582.2023.2295234 · Eber, Z. F., Baggio, R. & Fuchs, M. (2018). Hyperlink network analysis of a multi destination region, Journal of Information Technology & Tourism, 20, 181-189. · Kronenberg, K., Fuchs, M., Salman, K., Lexhagen, M. & Höpken, W. (2016). Economic Effects of Advertising Expenditures – A Swedish Destination Study of International Tourists. Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism Research, 16(4):

	352-374. · Kronenberg, K. & Fuchs, M. (2022). The socio-economic impact of regional tourism: An occupation-based modelling ·perspective from Sweden. Journal of Sustainable Tourism, 30(12), 2785-2805 · Dang, N., Ramkisson, H., Fuchs, M., & Veglio, V. (2024). Tangible Strategies for Pro-Environmental Behaviour through Monitoring Park Visitors' Activities and Perceived Values, Tourism Recreation Research, https://doi.org/10.1080/02508281.2025.2503990
Weitere Informationen	Unterrichtsmaterialien, wie PowerPoint Folien, Pflichtliteratur und weiterführende Literatur finden sich in Reserve Collection
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Keine Armut, Nachhaltiger Konsum und Produktion, Industrie, Innovation und Infrastruktur, Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum