

# Syllabus

## *Descrizione corso*

<b>Titolo insegnamento</b>	Destination Management
<b>Codice insegnamento</b>	31000
<b>Titolo aggiuntivo</b>	
<b>Settore Scientifico-Disciplinare</b>	SECS-P/08
<b>Lingua</b>	Inglese
<b>Corso di Studio</b>	Corso di laurea magistrale in Management del Turismo
<b>Altri Corsi di Studio (mutuati)</b>	
<b>Docenti</b>	prof. Matthias Fuchs, Matthias.Fuchs@unibz.it <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/236">https://www.unibz.it/en/faculties/economics-management/academic-staff/person/236</a>
<b>Assistante</b>	
<b>Semestre</b>	Primo semestre
<b>Anno/i di corso</b>	1
<b>CFU</b>	6
<b>Ore didattica frontale</b>	36
<b>Ore di laboratorio</b>	-
<b>Ore di studio individuale</b>	-
<b>Ore di ricevimento previste</b>	18
<b>Sintesi contenuti</b>	The Course titled "Managing Tourism Destinations" (31000) provides an advanced theoretical background of destination management and covers the following topics: <ul style="list-style-type: none"><li>- Roles and functions of destination management organisations (DMOs)</li><li>- Interaction dynamics between stakeholders, resources and core competences in reaching sustainable competitive advantage of destinations</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Challenges of planning and developing competitive and sustainable tourism destinations and products</li> <li>- Limitations and critical issues of theories applied to the management of tourism destinations</li> </ul>
<b>Argomenti dell'insegnamento</b>	The course examines destinations as aggregating organizational units for the development of competitive and sustainable tourism offers. The course provides an advanced theoretical background of destination management and governance. The course analyses the roles and functions of governments and Destination Management Organisations (DMO), the interaction dynamics of different stakeholders, the role of different competences in reaching sustainable competitive advantage, the challenges of planning and developing sustainable and competitive tourism destinations and products. Using case studies and in-class discussions, theoretical models will be applied to destinations at different stages of their lifecycles, at local and international level, from both developed and developing economies. In more detail, the course covers the following topics: The management of tourism systems, destination competitiveness and sustainability, the functions of DMOs, stakeholder engagement and partnering, resource integration into the planning and development of sustainable destinations and products. Throughout the course, theories applied to the management of tourism destinations are critically reflected, and their limits delineated.
<b>Parole chiave</b>	„Destination Management & Marketing“; „Destination Sustainability“; „Destination Planning“; „Destination Product Development“; Destination Management Research“
<b>Prerequisiti</b>	Interest in the topic of 'Destination Management' as well as an interest in scientific methods of destination management research.
<b>Insegnamenti propedeutici</b>	
<b>Modalità di insegnamento</b>	Lectures in the form of classroom teaching, exercises on case studies and student presentations
<b>Obbligo di frequenza</b>	—
<b>Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi</b>	<p>Conoscenza e comprensione</p> <p>Lo studente/La studentessa acquisisce competenze e capacità specifiche per affrontare le problematiche gestionali nell'ottica della direzione di imprese turistiche, dello sviluppo e promozione di destinazioni turistiche e della programmazione e gestione di sistemi</p>

turistici integrati e di singoli servizi in termini strategici, organizzativi e amministrativi con una prospettiva internazionale e interculturale.

Lo studente/la studentessa acquisisce la capacità di identificare e analizzare i problemi ambientali e sociali indotti dal turismo e di comprenderne le interdipendenze e i contesti, applicando teorie e metodi e sviluppando approcci esplicativi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente/La studentessa acquisisce la capacità di comprendere ed analizzare le problematiche che caratterizzano il settore turistico attraverso l'applicazione di teorie e modelli e l'adozione di adeguati strumenti per la gestione di imprese turistiche.

Lo studente/La studentessa acquisisce la capacità di utilizzare modelli atti all'analisi del mercato turistico.

Lo studente/La studentessa acquisisce padronanza nella gestione delle risorse umane e nell'attribuire il giusto valore alla cultura d'impresa.

Lo studente/La studentessa acquisisce altresì competenze nella contabilità e nel finanziamento di progetti atti allo sviluppo aziendale.

Le aree di applicazione delle conoscenze comprendono i livelli micro, meso e macro e includono l'acquisizione di competenze necessarie per la consulenza politica e lo sviluppo di strategie aziendali.

"Inoltre, vi sono competenze che hanno le loro basi nell'economia comportamentale, nella teoria delle decisioni e nella ricerca sul comportamento dei consumatori, competenze che sono particolarmente importanti nell'analisi empirica, così come nelle previsioni ex-ante e negli scenari nel contesto di interrogativi orientati al futuro."

Le competenze sviluppate possono essere applicate in contesti regionali, nazionali e internazionali.

Lo sviluppo e la promozione delle competenze includono anche la capacità di presentare questioni e risultati complessi e socialmente rilevanti in modo preciso e coerente, ma in modo comprensibile e orientato al gruppo target

Autonomia di giudizio

acquisire la capacità di selezionare dati e utilizzare le informazioni

	<p>appropriate per descrivere un problema che attiene alla gestione delle aziende turistiche così come associazioni e consorzi e destinazioni turistiche</p> <p>acquisire la capacità di mettere in relazione modelli ed evidenze empiriche nello studio delle aziende turistiche, delle associazioni, consorzi e destinazioni turistiche</p> <p><b>Abilità comunicative</b></p> <p>Il laureato/La laureata magistrale sarà in grado di comunicare efficacemente in forma orale e scritta i contenuti specialistici delle singole discipline, utilizzando registri diversi a seconda dei destinatari e degli scopi comunicativi e didattici, e di valutare gli effetti formativi della sua comunicazione. Le abilità comunicative scritte ed orali sono particolarmente sviluppate nelle attività formative svolte per la preparazione della tesi di laurea magistrale, nella discussione di casi aziendali e nelle lezioni interattive che prevedono discussioni di gruppo e il confronto di analisi individuali.</p> <p><b>Capacità di apprendimento</b></p> <p>di individuare collegamenti tematici e di stabilire relazioni tra diversi casi e contesti di analisi.</p> <p>di inquadrare un nuovo problema in modo sistematico e di generare tassonomie appropriate.</p> <p>di elaborare modelli generali, a partire dai fenomeni studiati.</p>
<b>Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)</b>	<p>Knowledge and understanding (of):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• System theories related to tourism</li> <li>• Theories, frameworks, models, and processes that assist destination managers in the complex task of thriving sustainable competitiveness</li> <li>• Interaction dynamics between different stakeholders</li> <li>• Sustainable destination product development</li> <li>• Destination leadership, coordination and governance</li> </ul> <p>Applying knowledge and understanding</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• To take informed decisions in the development of successful strategies in the management of destinations</li> <li>• To assist tourism destinations in reaching sustainable competitiveness</li> <li>• To create tourism products based on the sustainable use of local resources</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• To coordinate different stakeholder for the successful leadership and governance of destinations</li></ul> <p>Making judgments</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ability to evaluate and select adequate theories, frameworks, and models to take sustainable successful actions in destination development</li><li>• Ability to evaluate, select, and interpret relevant data to take successful actions in destination management</li></ul> <p>Communication skills</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Verbal and written communication skills to present in a consistent and convincing way the development of competitive and sustainable strategies for tourism destinations</li><li>• Communicate, information, ideas, problems, and solutions related to the identification and exploitation of market opportunities in the context of the management of destinations</li></ul> <p>Learning skills</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• The part of the course focusing on systems and theories will enable students to independently explore how current issues occurring in different societal spheres and industries are affecting the management and competitiveness of destinations.</li></ul>
<b>Modalità di esame</b>	<p>Regular course attendance will be recorded by the course responsible. A minimum of 50% of attendance qualifies as "attending student"</p> <p><b>ATTENDING STUDENTS:</b> One presentation (30%); final written exam (70%). The presentation requires students to work in groups to prepare a sustainable and competitive product/service for a tourism destination. Beside the presentation, students are required to submit a printed copy of the slides with comments in a report format.</p> <p>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</p>

	<p>critically reflect these concepts for analysing and explaining current challenges in managing sustainable competitive destinations.</p> <p>The final written exam will last 90 minutes.</p> <p><b>NON-ATTENDING STUDENTS:</b></p> <p>Final written exam (100%).</p> <p>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 challenges in managing sustainable competitive destinations.</p> <p>The final written exam will last 120 minutes</p>
<b>Criteri di valutazione</b>	<p>Assessment criteria applied:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Knowledge and understanding of texts (20%)</li> <li>- Ability to make connections between texts (5%)</li> <li>- Ability to apply knowledge (20%)</li> <li>- Independent judgment and critical thinking (30%)</li> <li>- Transfer of acquired knowledge to practical contexts (25%)</li> </ul>
<b>Bibliografia obbligatoria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Morrison, A. (2019). Marketing and managing tourism destinations. Second edition. New York: Routledge (latest editions will be used)</li> <li>. Akhounodoghli, M &amp; Boluk, K (2025). An examination of Degrowth Frameworks: Localizing, Socializing and Regenerative Tourism, <i>Tourism Analysis</i>, 30(1). 23-43</li> </ul> <p>Tomassini, L., Baggio, R., Cavagnaro, E., Farsari, I., Fuchs, M. &amp; Sørensen, F. (2024). Circular economy in tourism and hospitality: A micro-meso-macro framework for inter-disciplinary research. <i>Tourism and Hospitality Research</i>, <a href="https://doi.org/10.1177/14673584241257870">https://doi.org/10.1177/14673584241257870</a></p>
<b>Bibliografia facoltativa</b>	<p>Fuchs, M. &amp; Kronenberg, K. (2025). Assessing Cultural Tourism's and Creative Sectors' Contribution to build a Circular Economy, Salvador, E. &amp; Pappalopore, I. (eds.). Responsible Consumption and Production in the Cultural and Creative Industries, Routledge, New York, pp. 75-93.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Chekalina, T. et al. (2018). Customer-based destination brand equity modelling – The role of destination resources, value-for money and value-in-use. <i>Journal of Travel Research</i>, 57(1), 31-51.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>. Fuchs, M. (2023). A Post-Cartesian Economic and Buddhist view on tourism, <i>Annals of Tourism Research</i>, 103, 688, <a href="https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103688">https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103688</a></li><li>. Peters, A. &amp; Fuchs, M. (2023): A relational exploration of tourists' environmental values and their perception of restrictions in protected nature, <i>Journal of Sustainable Tourism</i>, DOI: 10.1080/09669582.2023.2295234</li><li>. Eber, Z. F., Baggio, R. &amp; Fuchs, M. (2018). Hyperlink network analysis of a multi destination region, <i>Journal of Information Technology &amp; Tourism</i>, 20, 181-189.</li><li>. Kronenberg, K., Fuchs, M., Salman, K., Lexhagen, M. &amp; Höpken, W. (2016). Economic Effects of Advertising Expenditures – A Swedish Destination Study of International Tourists. <i>Scandinavian Journal of Hospitality &amp; Tourism Research</i>, 16(4): 352-374.</li><li>. Kronenberg, K. &amp; Fuchs, M. (2022). The socio-economic impact of regional tourism: An occupation-based modelling perspective from Sweden. <i>Journal of Sustainable Tourism</i>, 30(12), 2785-2805</li><li>. Dang, N., Ramkisson, H., Fuchs, M., &amp; Veglio, V. (2024). Tangible Strategies for Pro-Environmental Behaviour through Monitoring Park Visitors' Activities and Perceived Values, <i>Tourism Recreation Research</i>, <a href="https://doi.org/10.1080/02508281.2025.2503990">https://doi.org/10.1080/02508281.2025.2503990</a></li></ul>
<b>Altre informazioni</b>	Teaching materials, such as PowerPoint slides, required readings and further readings can be found in the Reserve Collection
<b>Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)</b>	Sconfiggere la povertà, Utilizzo responsabile delle risorse, Innovazione e infrastrutture, Buona occupazione e crescita economica