Freie Universität Bozen
Libera Università di Bolzano
Free University of Bozen - Bolzano

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften | Facoltà di Economia | School of Economics and Management

Tourismus und Regionale Produkte

Beschreibung des Kurses

UNTERRICHTSSPRACHE: *deutsch*

SEMESTER: *1. Semester 2011-2012 (26. September 2011 – 21. Januar 2012)*

GESAMTANZAHL DER VORLESUNGSSTUNDEN/LABOR: *36*

KREDITPUNKTE: *6*

WISSENSCHAFTLICH-DISZIPLINÄRER BEREICH: *AGR-01*

GESAMTANZAHL DER ÜBUNGSSTUNDEN: *---*

DOZENT: *Prof. Günter Schamel, Office E-507 (Bolzano), guenter.schamel@unibz.it*

DIDAKTISCHER MITARBEITER: *keine*

VORAUSSETZUNGEN: *Volkswirtschaftslehre 1,Business Economics (empfohlen)*

BESCHREIBUNG DES KURSES:
Der Kurs befasst sich mit regionalen Nahrungsmitteln, Wein und weiteren regional-typischen Produkten und deren Bedeutung für den Tourismussektor. Untersucht wird die ökonomische Bedeutung solcher Produkte und relevanter kultureller sowie sozialer Faktoren für Besucher sowie der Zusammenhang zwischen authentischen ländlichen Räumen, regionalen Nahrungsmitteln, Weinbau in der Entwicklung von Destinationen. Themen sind u.a. die Bedeutung von Gastronomie und Wein in Entscheidungen von Besuchern sowie soziale und ökonomische Faktoren in der Entwicklung von gastronomischen Tourismuskonzepten, die Bedeutung von Märkten für regionale Nahrungsmittel und von Weinbaugebieten in Destinationskonzepten, Nachhaltigkeit in der Entwicklung von Gastronomie und Weintourismus sowie die besondere Bedeutung von Wein und regionalen Nahrungsmitteln für Gastronomie und Tourismus in Südtirol.

AUFLISTUNG DER BEHANDELTEN THEMEN:
1. *Tourismus Destinationen und Regionale Produkte (Nahrungsmittel und Wein)*
2. *Bedeutung Regionaler Produkte (Nahrungsmittel und Wein) für Besucher und Destination*
3. *Ökonomische Faktoren in Gastronomie- und Weintourismus Märkten*
4. *Gastronomie und Weintourismus: Angebot und Nachfrage*
5. *Regionale Gastronomie und Ländlicher Tourismus*
6. *Nachhaltiger Tourismus und Regionale Produktion*
7. *Tourismus und Regionale Gastronomie in Südtirol*

LERNZIELE:
Der Kurs vermittelt ein Verständnis für die Bedeutung von Wein, lokalen Nahrungsmitteln, und anderen regional-typischen Produkten und deren Bedeutung für dem Tourismussektor. Dazu werden theoretische Ansätze sowie empirisch relevante Untersuchungen und deren Ergebnisse vorgestellt und interpretiert. Lernziele sind ein Verständnis des Marktumfeldes für regionale Produkte in einer Tourismusdestination und dazu-gehörige ökonomisch relevante Fragestellungen. Weitere Lernziele sind die Formulierung von relevanten Fragestellungen, das Erfassen von empirisch relevanten Daten und deren Auswertung.

UNTERRICHTSFORM:
Der Kurs wird in Form von Vorlesungen, Diskussionsbeiträgen und Gruppenreferaten abgehalten. Die Studenten müssen ein Gruppenprojekt verfassen und die Ergebnisse ihrer Arbeit im Rahmen einer Lehrveranstaltung vorstellen. Die Themen der Gruppenprojekte werden im Laufe der Lehrveranstaltung zugeteilt. Der Dozent steht für Fragen dazu zur Verfügung.

LEISTUNGSBEWERTUNG DES STUDENTEN/PRÜFÜNGSMODALITÄT:
Die Bewertung der Kursleistung erfolgt mittels einer 90-minütigen schriftlichen Prüfung, durch die Bearbeitung des Gruppenprojekts und durch aktive Partizipation im Rahmen der Vorlesung. Die Bewertung der Kursleistung ist wie folgt: Schriftliche Prüfung (60%), Gruppenprojekt (30%), Partizipation und Diskussionsteilnahme (10%).

NOTWENDIGE LITERATURLISTE:
Leider ist kein Lehrbuch in deutscher Sprache für diesen Kurs vorhanden. Die Studenten können aber folgende Bücher in englischer Sprache als Grundlage der Vorlesungen heranziehen:
Sidali, Spiller, Schultze (Editors) 2011. Food, Agri-Culture and Tourism, Springer
Carlsen and Charters (Editors) 2006. Global Wine Tourism, CAB International
Hjalager and Richards (Editors) 2002. Tourism and Gastronomy. Routledge

EMPFOHLENE LITERATURLISTE:
Ausgewählte wissenschaftliche Artikel und Lehrmaterialien werden im Laufe der Lehrveranstaltung verteilt.

Freie Universität Bozen
Libera Università di Bolzano
Free University of Bozen - Bolzano

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften | Facoltà di Economia | School of Economics and Management

Tourism and Regional Products
Course Description

TEACHING LANGUAGE: *German*

SEMESTER: *1st Semester 2011-2012 (September 26, 2011 - January 21, 2012)*

TOTAL LECTURE / LAB HOURS: *36*

CREDIT POINTS: *6*

SCIENTIFIC FIELD: *AGR-01*

TOTAL HOURS OF EXERCISES: *---*

LECTURER: *Prof. Günter Schamel, Office E-507 (Bolzano), guenter.schamel@unibz.it*

TEACHING ASSISTANT: *none*

PREREQUISITE: *Economics I, Business Economics (recommended)*

COURSE DESCRIPTION: *This course focuses on locally grown food and wine as well as other typical regional products and their importance for the tourism sector. It examines the role of such products and related cultural and other social factors for visitors in particular with respect to its economic significance. It will explore the authenticity of rural space, regional food production and wine growing as a destination development concept. Topics covered in the course include: the role of food and wine in tourist decisions, social and economic factors in the development of gastronomic tourism concepts, development of local food markets and wine-producing regions as tourist destinations, sustainable planning and development of gastronomic and wine tourism, the crucial importance of regional food and wine for tourism in South-Tyrol.*

LIST OF TOPICS COVERED:

1. *Regional Products (Food and Wine) Tourism Destinations*
2. *Role of Regional Products (Food and Wine) for Visitors and Destinations*
3. *Economic Factors in Gastronomic and Wine Tourism Markets*
4. *Food and Wine Tourism Demand and Supply Analysis*
5. *Regional Gastronomy and Rural Tourism*
6. *Sustainable Tourism and Regional Products*
7. *Food and Wine in Alto Adige Tourism*

EDUCATIONAL OBJECTIVES:
The course aims to provide an understanding of food, wine and other regional products and their importance for the tourism sector including theoretical considerations and relevant empirical studies. Students will gain an understanding of the market environment related to regional products in a tourism destination, allowing them to identify the main economic problems associated. Students will also learn to formulate relevant research questions, how to gather and analyze relevant empirical data as well as how to interpret empirical results of relevant published research.

TEACHING FORMAT:
The course is taught through a combination of lectures and in class discussion based on the main topics in the course. The students are asked to prepare a group project including a presentation and to participate in class discussion on specific topics. Topics for the group project will be allocated during the course. The lecturer is available for advice on the topics.

ASSESSMENT: *The course will be assessed through a 90-min final exam, as well as through the course project and their active participation in the classroom. The following weights are assigned: Final Exam (60%), Course Project (30%), Participation and Discussion (10%).*

Suggested Textbooks and/or Readings:
No formal textbook is available for this course, but students may follow up on the material presented during lectures in the following books:
Sidali, Spiller, Schultze (Editors) 2011. Food, Agri-Culture and Tourism, Springer
Carlsen and Charters (Editors) 2006. Global Wine Tourism, CAB International
Hjalager and Richards (Editors) 2002. Tourism and Gastronomy. Routledge

SUPPLEMENTARY READINGS:
Selected journal articles as additional material will be distributed during the course.