

Modul 13: Marketing touristischer Dienstleistungen 1

Modul-Name		Marketing touristischer Dienstleistungen 1				
Modulkoordination	Prof. Dr. Tatjana Thimm		Modul-Kürzel	ECTS-Punkte	Workload	
Angebot im (Beginn)	<input type="checkbox"/> Wintersem.	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersem.	M 13	12	360	
Dauer	ein Semester		SWS	Kontaktzeit	Selbststudium	
Fakultät	Wirtschafts-, Kultur- und Rechtswissenschaften		8	120	240	
<hr/>						
Einsatz in Studiengängen		Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensem.	Studienabschnitt	
Wirtschaftssprache Deutsch und Tourismusmanagement		B.A.	PM	5	HS	
<hr/>						
Lehrende	Veranstaltungen	Art	SWS	ECTS	MTP unbenotet	MTP benotet
Prof. Dr. T. Thimm	Grundlagen des Marketing touristischer Dienstleistungen	W	4	6		R
Prof. Dr. T. Thimm	Marktforschung im Tourismus	W	4	6		K60
Das Modul vermittelt (Reihenfolge)	Methodenkompetenz, Fachkompetenz, Sozialkompetenz					
Lernziele	Die Studierenden verstehen den Marketing Mix von touristischen Anbietern. Sie lernen Produkte touristischer Anbieter und Qualitätsmerkmale touristischer Produkte kennen. Sie sind in der Lage, entsprechende Produkte zu entwickeln. Die Studierenden kennen Methoden zur Durchführung von Marktrecherchen und Marktanalysen und können diese einsetzen. Die Studierenden können marketingpolitische Entscheidungen von touristischen Anbietern treffen und bewerten.					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das touristische Marketing, Schwerpunkt Marketing-Mix • Produkte touristischer Anbieter: Pauschalreisen, Vermittlungsleistungen, Reiseleitung, Beförderungsleistungen usw.. Qualitätsmerkmale touristischer Produkte. Vergleich von Produkten aus verschiedenen Ländern. • Marketing-Organisation in touristischen Unternehmen. • Methoden der Marktforschung, deskriptive und analytische Statistik, Marktforschungsprojekte 					
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Freyer (2011) Tourismus-Marketing. Marketing in Tourismus und Freizeit von Rainer Hartmann. - 1. Aufl. - UTB GmbH, 2014 • Marktforschung : Eine praxisorientierte Einführung von Alexander Magerhans. - Springer Gabler, 2016 					
Form der Wissensvermittlung	Seminar, Vorlesung, Selbststudium, Lernteam-Coaching					
Eingangsvoraussetzung	Modul 11					
Sinnvoll zu kombinieren mit		Als Vorkenntnis erforderlich für	Modul 16			
Prüfungsarten	R, K60					
Endnote	Gewichtung proportional zu ECTS-Punkten					
Letzte Aktualisierung	10.11.2016					