

Curriculum für das **Fach Betriebswirtschafts- und Tourismuslehre**

Klasse **4F FOWIT Schuljahr 2024-25**

Die SchülerInnen sollen sowohl bei den mündlichen, als auch bei den schriftlichen Prüfungen beweisen,

- die Abläufe in Tourismusunternehmen erkennen und sich gezielte Informationen aus dem betrieblichen Informationssystem beschaffen
- die Nachfrageseite analysieren (Marktanalyse)
- Marketingstrategien und Marketingmix entwerfen
- die Bedeutung von Kommunikation und Kundenbeziehungen erkennen
- verschiedene Zielgruppen im Tourismusbereich erkennen
- eine Pauschalreise planen und kundenspezifische Angebote erstellen
- den Jahresabschluss erstellen und anhand von wichtigen Kennzahlen interpretieren

Unterrichts-einheit	Inhalte	Fachliche Ziele und Fertigkeiten
Führung von Tourismusbetrieben	Grundzüge der Unternehmensführung (Vision, Leitbild, Strategie, strategische und operative Planung) Das betriebliche Informationssystem Abläufe im Tourismusunternehmen	Die Bedeutung der Unternehmensführung erkennen und begreifen Begriffsdefinierung der strategischen Unternehmensführung Über die Wichtigkeit des betrieblichen Informationssystems Bescheid wissen und die Möglichkeiten zur Informationsbeschaffung erkennen Die wesentlichen Unternehmensbereiche im Tourismusbetrieb und ihre Zusammenhänge erkennen und beschreiben können
Die betriebliche Kommunikation	Betriebliche Kommunikation nach innen und nach außen Customer-Relation-Management	Die Bedeutung der Kommunikation erkennen Die interne und externe Kommunikation unterscheiden können Kommunikationstechniken in der Praxis anwenden können
Pflege der Kundenbeziehungen		Übungsfirmenarbeit Die Bedeutung von Kundenbeziehungen erkennen können

Angebote im Tourismussektor	Ausarbeitung und Gestaltung von Tourismusangeboten Planung einer Pauschalreise	Touristische Angebote selbständig planen und organisieren können Preiskalkulationen durchführen können Ein touristisches Angebot mit Hilfe geeigneter Programme ansprechend visuell gestalten können Übungsfirmenarbeit
Nachfrage im Tourismussektor, Marktanalyse	Kunden- und Zielgruppenanalyse Definition der target-group	Die Nachfrage im Tourismussektor beschreiben und analysieren können Mögliche Zielgruppen erkennen und definieren können
Marketingstrategie und Marketing-Mix	Grundzüge des Marketings Begriffsdefinition Marketing-Mix Marketingstrategien Produktlebenszyklus	Die Wichtigkeit des Marketings erkennen Die wesentlichen Grundbegriffe des Marketings verstehen und anwenden können Die Elemente des Marketing-Mix unterscheiden und bei der Angebotsgestaltung in der Übungsfirma anwenden und einsetzen können Ausgehend vom Produktlebenszyklus geeignete Marketingstrategien ableiten können
Jahresabschluss	Erstellung und Analyse des Jahresabschlusses eines Tourismusbetriebes	Den Jahresabschluss eines Tourismusbetriebes erstellen und interpretieren können

Die Fachlehrperson

Matthias Neuhauser