

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

Klasse **5F FOWIT Schuljahr 2024_25**

Sozialkompetenz	Regeln einhalten können Korrekte Ausdrucks- und Umgangsformen Teamfähigkeit Konfliktlösungsstrategien anwenden können
Selbstkompetenz	Kritikfähigkeit üben eigene Stärken und Schwächen erkennen zielorientiertes Handeln
Fachkompetenz	die Berufsbilder im Tourismussektor darstellen die Betriebsarten im Tourismussektor darstellen die Besonderheiten im lokalen Sektor einschätzen touristische Angebote für Betriebe und Gebiete gestalten Vermarktungsstrategien entwerfen Geschäftsprozesse eines touristischen Betriebes computergestützt verwalten sich in der Fachsprache korrekt ausdrücken und wesentliche Inhalte auch in italienischer Fachsprache wiedergeben Fachtexte und Berichte zu touristischen Themen kritisch hinterfragen und die eigene Meinung dazu äußern

Unterrichtseinheit	Inhalte	Fachliche Ziele und Fertigkeiten
5. Klasse		
Tourismus als Phänomen und Markt	Realität und Trends	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche und Analyse von aktuellen statistischen Daten • Nationaler und internationaler Vergleich • Kritische Reflexion • Aktuelle Trends und touristische Marktanalyse • Trendentwicklung • Chancen der Globalisierung

Entwurf, Planung und Umsetzung von touristischen Produkten	Operative Planung und Controlling	Operative Planung durchführen - Anwendung geeigneter Instrumente <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Vorgehensweise im Rahmen der operativen Planung Struktur und Aufbau eines Budgets, Arten von Budgets • Entwicklung, Abweichungsanalysen und Vorgehensweisen bei Budgetkontrollen • Kalkulation von Tourismusprodukten und Preisgestaltungstechniken • Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnungen ("full costing", "direct costing", usw.)
	Eventmanagement, Ethik und Nachhaltigkeit im Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Events organisieren, planen und durchführen • Ethik und Nachhaltigkeit im Marketing
Unternehmensführung und Marketingorientierung	Strategische Planung	<ul style="list-style-type: none"> • Leitbild und Unternehmensstrategien lokaler Tourismusbetriebe und von Destinationen analysieren • Managementmodelle (TQM...) • Werkzeuge der strategischen Unternehmensführung (SWOT...)
	Marketingstrategien Marketingplan Kommunikationstechnologien Touristische Angebote	<ul style="list-style-type: none"> • Entwerfen einer Marketingstrategie und eines Marketingplans für ein Tourismusgebiet • Einsatz neuer Kommunikationstechnologien • Operatives Marketing und 7P's • Die Markenpolitik und ihre Förderung auf regionaler und nationaler Ebene - "Made in Italy", Dachmarke: „Südtirol", u.ä. • Erstellung und Gestaltung von Katalogen und Angeboten auf Anfrage: Analyse und Vergleich von Katalogen und Angeboten
	Businessplan	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalt und Aufbau, Analyse und Entwicklung eines Businessplans.

	<p>Bilanzanalyse Kennzahlenanalyse</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau des Jahresabschlusses von Tourismusbetrieben • Bedeutung von Kennzahlen, Arten von Kennzahlen • Mit geeigneten Kennzahlen Bilanzen analysieren und interpretieren
<p>Vom Einzelprodukt zum Destinations-Produkt</p>	<p>Netzwerke von öffentlichen und privaten Akteuren eines Gebietes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wer sind die öffentlichen und privaten Akteure eines Gebietes (IDM, Tourismusvereine und -verbände, HGV...) • Rolle bei der Vermarktung einer Destination auf lokaler, regionaler und gesamtstaatlicher Ebene (Made in Italy, integrierter, nachhaltiger Tourismus) • Das Phänomen der Globalisierung im Zusammenhang mit der Bedeutung und Chancen von neuen Kommunikationstechnologien für den touristischen Markt (Social Media, Virtual Reality, interaktive Planung etc.) • Wege und Maßnahmen zu innovativem Qualitätstourismus (Prozessoptimierung, Mitarbeiterschulung und -entwicklung, Kundenzufriedenheit, Zertifizierungen, kontinuierliche Verbesserung, ...)

Die Fachlehrperson

Matthias Neuhauser