

Fachcurriculum		Fachoberschule für Wirtschaft, Grafik und Kommunikation Brixen				
Fach: Betriebswirtschaft und Tourismuslehre						
		Lerninhalte	Querverweise zu anderen Fächern	Bezug zu fachspezifischen Kompetenzen	Bezug zu übergreifenden Kompetenzen	Methodisch-didaktische Hinweise
Fertigkeiten	Kenntnisse	5. Klasse				
Strategisches Management im Tourismus						
Tourismus als Phänomen und Markt: Realität und Trends.	Marktanalyse, Trends Betriebliches Informationssystem	Analyse quantitativer Daten zu den Touristenströmen in italienischen und ausländischen Destinationen und zu der Beherbergungskapazität der Betriebe. Interpretation der qualitativen Veränderungen, die einen "neuen Tourismus" mit sich gebracht haben. Wechselwirkungen zwischen touristischer Marktanalyse und dem betrieblichen Informationssystem.				
Marketingstrategien und Marketingplan unter Einsatz von multimedialen Instrumenten und neuen Kommunikationstechnologien für ein Tourismusgebiet entwerfen	Marketingstrategien, Marketingplan, Kommunikationstechnologien Destinationsmarketing	Wiederholung des Marketing-Mix unter besonderer Berücksichtigung des Incoming-, Outgoing- und Destinationsmarketings. Erweiterung des Marketing-Mix um die drei P's des Dienstleistungsmarketings. Produkt-Preisstrategien im Tourismus Kommunikation und Distribution im Tourismus unter besonderer Berücksichtigung moderner Kommunikationssysteme.		Bestehende touristische Produkte anhand ausgewählter betriebswirtschaftlicher Aspekte analysieren können. Touristische Produkte für den Incoming-/Outgoingbereich sowie für Destinationen entwickeln können.	Kulturelle Kompetenz und interkulturelle Kompetenz	Fallbeispiele, Gruppenarbeiten Feldforschung
Touristische Angebote für Teilmärkte gestalten	Touristische Angebotsgestaltung in Katalogform und auf Anfrage	Die Netzwerke von öffentlichen und privaten Akteuren eines Gebietes: Entwicklung eines Modells für integrierten und nachhaltigen Tourismus. Förderung des Made-in-Italy: Anwendung von Marketingstrategien für ein Gebiet.			Informations- und Medienkompetenz	
Katalogangebote analysieren und vergleichen	Der Katalog als Kommunikationsinstrument	Chancen der Globalisierung: Multimedia-Tools und neue Kommunikationstechniken. Analyse verschiedener Organisationsmodelle. Organisation und Durchführung von Veranstaltungen im Zusammenhang mit der historischen, kulturellen, ökologischen und gastronomischen Identität eines Gebiets. Neue Produktformen im Incoming-/Outgoing- und im Destinationsmarketing, Trends, Tourismus der Zukunft. Ausgewählte Managementstrategien im Tourismus. (Yield-Management, Qualitätsmanagement, Krisen-Management, ...) Vor- und Nachteile des Kataloges als Kommunikationsmittel und mögliche Einsatzbereiche.		Trends in der Vermarktung touristischer Produkte kennen und die modernen Kommunikationsmittel kritisch beurteilen können.	Vernetztes Denken und Problemlösekompetenz. Informations- und Medienkompetenz	
Qualitätssicherungssysteme beschreiben	Qualitätsmanagement im Tourismussektor	Möglichkeiten des Qualitätsmanagements in der Hotellerie und Gastronomie, sowie bei Reiseveranstaltern. Qualität und Nachhaltigkeit im Makrotourismus. Bedeutung für Südtirol.		Bedeutung und Möglichkeiten der Qualitätssicherung in Tourismusbetrieben und destinationen nachvollziehen können.	Vernetztes Denken und Problemlösekompetenz	
Leitbild und Unternehmensstrategien lokaler Tourismusbetriebe analysieren	Strategische Planung	Analyse und Vergleich von Leitbildern von Tourismusbetrieben einerseits und von Destinationen andererseits.		Bedeutung von Leitbildern verstehen. Möglichkeiten der Vorgehensweise bei der Leitbildentwicklung kennen.	Vernetztes Denken und Problemlösekompetenz	Fallbeispiele, Recherchen Analysen

Fachcurriculum		Fachoberschule für Wirtschaft, Grafik und Kommunikation Brixen				
Businessplan in Abstimmung mit der lokalen Entwicklungspolitik ausarbeiten	Businessplan, lokale Entwicklungspolitik	Inhalt und Aufbau, Analyse und Entwicklung eines Businessplans.		Einfache Businesspläne erstellen können.	Vernetztes Denken und Problemlösekompetenz	
Operatives Management im Tourismus						
Die Organisation und Durchführung von Events planen	Eventmanagement	Vorgehensweise und Planungsschritte im Eventmanagement		Planungselemente im Eventmanagment anhand eines praktischen Beispiels aufzeigen können.	Vernetztes Denken und Problemlösekompetenz	Gruppenarbeiten
Controlling und Operative Planung	Operative Planung Kostenrechnung	Bedeutung und Vorgehensweise im Rahmen der operativen Planung Struktur und Aufbau eines Budgets, Arten von Budgets Entwicklung und Kalkulation von Tourismusprodukten. Preisgestaltungstechniken ("full costing", "direct costing", "revenue management" usw.)		Einfache Budgets und Kostenplanungen im Tourismus nachvollziehen können und für Hotels, Gastronomie und Reiseveranstalter erstellen können.	Vernetztes Denken und Problemlösekompetenz	Praktische Beispiel
Geschäftsprozesse mit geeigneten Kennzahlen überwachen	Prozessmanagement, Kennzahlen Bilanzanalyse	Aufbau des Jahresabschlusses von Tourismusunternehmen, einfache Bilanzanalysen mit Kennzahlen Bedeutung und Arten von Kennzahlen und deren Interpretation		Kennzahlen berechnen und interpretieren können	Vernetztes Denken und Problemlösekompetenz	
Abweichungsanalyse durchführen und Verbesserungsprozesse ableiten	Reporting, Abweichungsanalyse	Vorgehensweise bei der Budgetkontrolle		Ursache-Wirkungsbeziehungen im Budgetzusammenhang erkennen.	Vernetztes Denken und Problemlösekompetenz	
Bewerbungsunterlagen ausarbeiten und Bewerbungsgesprächen	Bewerbung	Kurze Wiederholung des Bewerbungsschreiben und –gespräche bezugnehmend auf die Kenntnisse aus der Übungsfirma (4.Klasse)		Bewerbungsunterlagen erstellen aber auch auswerten können.	Soziale- und Bürgerkompetenz.	Fallbeispiele

Die Fachgruppe