

<b>Kursnummer:</b> DLBTOKFT01	<b>Kursname:</b> Kreuzfahrttourismus I	<b>Gesamtstunden:</b> 150 h  <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS
<b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht  Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs  <b>Kursangebot:</b> WS, SS  <b>Course Duration:</b> Minimaldauer 1 Semester		<b>Zugangsvoraussetzungen:</b> keine
<b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b> Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		<b>Bezüge zu anderen Modulen:</b> Siehe Modulbeschreibung
<b>Beschreibung des Kurses:</b>  Der Kurs führt zunächst in den Markt und die grundsätzlichen Determinanten der Kreuzfahrt aus Angebots- und Nachfragesicht ein, verbunden mit einer Reflektion der Historie der Kreuzfahrten als auch Diskussionen und Trendanalysen zur zukünftigen Entwicklung. Es sollen grundlegende Kenntnisse des Produktmanagements in diesem Segment vermittelt werden, die neben Produkteigenschaften und spezifischen Dienstleistungen auch die geographischen Elemente in den Destinationen umfassen.  Hierauf aufbauend werden grundlegende Methoden der strategischen Planung sowie des Vertriebs behandelt. Neben Investitionsaspekten, Destinationseigenschaften und Routenplanungen werden daher auch die Aspekte eines erforderlichen Vertriebsmix mit unterschiedlichen Vertriebskanälen und deren Besonderheiten behandelt.  Dem besonderen Umstand Rechnung tragend, dass Kreuzfahrtschiffe hybride touristische Produkte darstellen, wird insbesondere auf maritime Aspekte und deren Managementimplikationen für Kreuzfahrten eingegangen. Dieses umfasst neben der allgemeinen Seefahrt insbesondere rechtliche Aspekte auf See, Gesundheit und Sicherheit sowie Umweltaspekte in der Kreuzschifffahrt.  Dieser Kurs bildet somit das Kerngerüst zum Verständnis der Kreuzfahrt als touristischen Wachstumsmarkt und erlaubt auf dieser Basis die Entwicklung von Managementkompetenzen für die erfolgreiche Steuerung der operativen und logistischen Abläufe an Bord.  <b>Kursziele:</b> Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• vertiefte Kenntnisse über den Kreuzfahrtmarkt und dessen Entwicklung besitzen.</li> <li>• Investitions- und Produktentwicklungsprozesse unter Finanzierungs- als auch geografischen Aspekten verstehen und anwenden</li> <li>• Vor- und Nachteile unterschiedlicher Vertriebskanäle bewerten und steuern können.</li> <li>• maritime Rahmengesetzgebungen zu Gesundheit, Sicherheit und Arbeit kennen und in Entscheidungsprozessen berücksichtigen können.</li> </ul> <b>Lehrmethoden:</b> Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.		

## **Inhalte des Kurses:**

### **1 Grundlagen des Kreuzfahrtenmarktes**

- 1.1 Eigenschaften des Kreuzfahrtproduktes
- 1.2 Geschichte, Image und Zukunft des Kreuzfahrttourismus
- 1.3 Ökonomie der Kreuzfahrt
- 1.4 Flusskreuzfahrt

### **2 Produktentwicklung und Finanzierung**

- 2.1 Kreuzfahrt-Veranstaltermarkt
- 2.2 Produktportfolio
  - 2.2.1 Unterkunft
  - 2.2.2 Restauration
  - 2.2.3 Gastronomie
  - 2.2.4 Entertainment
  - 2.2.5 Landexkursionen
  - 2.2.6 Spa und Wellness
  - 2.2.7 Shops
  - 2.2.8 Weitere Produkte und Angebote
- 2.3 Klassifikation von Kreuzfahrten und Produktbranding
- 2.4 Investitionsaspekte von Kreuzfahrtschiffen

### **3 Vertrieb von Kreuzfahrten und zugehörigen Dienstleistungen**

- 3.1 Reisevertriebswege für Kreuzfahrtprodukte
- 3.2 Marketingaktionen und Allianzen
- 3.3 Kundenbindung

### **4 Maritime Aspekte**

- 4.1 Rechtliche Aspekte der Kreuzschifffahrt
- 4.2 Gesundheit und Sicherheit auf See
- 4.3 Umweltaspekte

### **5 Kreuzfahrt-Geografie**

- 5.1 Charakteristika von Kreuzfahrtdestinationen
- 5.2 Tourismus und Klima

### **6 Routenplanung**

- 6.1 Analyse und Bewertung von Destinationen und Häfen
- 6.2 Planung und Logistik von Routenverläufen
- 6.3 Reisemotive von Passagieren und deren Erfüllung
- 6.4 Planung und Management von Landausflügen

**Literatur:**

- Boniface, B. G./Cooper, C./Cooper, R. (2012): Worldwide Destinations – The Geography of Travel and Tourism. Routledge, London. ISBN-13: 978-0080970400.
- Deutscher Reiseverband (Hrsg) (2014): DRV-Kreuzfahrtmarktstudie. Berlin.
- FVW Medien (Hrsg) (2015): fvw Exklusiv-Studie Kreuzfahrt-Anbieter 2015. Hamburg. (Kurzfassung: [http://www.fvw.de/files/smfiledata/2/1/7/8/6/8/1/Kreuzfahrtstudie-2015\\_Leseprobe.pdf](http://www.fvw.de/files/smfiledata/2/1/7/8/6/8/1/Kreuzfahrtstudie-2015_Leseprobe.pdf) [letzter Zugriff: 26.10.2016]).
- Gibson, P. (2012): Cruise Operations Management. Hospitality Perspectives. 2. Auflage, Routledge, London. ISBN-13: 978-0415699402.
- Papathanassis, A./Lukovic, T./Vogel, M. (2012): Cruise Tourism and Society. Springer, Heidelberg/Berlin. ISBN-13: 978-3642329913.
- Pumpa, K. (2012): Urlaub und Meer. Die Kreuzfahrt im Spannungsfeld zwischen Trendreisen und nachhaltigem Tourismus. Diplomica, Hamburg. ISBN-13: 978-3842871670.
- Schulz, A. (2010): Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus. Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486596458.
- Vogel, M./Papathanassis, A./Wolber, B. (2012): The Business and Management of Ocean Cruises. CABI, Wallingford. ISBN-13: 978-1845938451.

**Homepages:**

- Cruise Research Society: <http://www.cruiseresearchsociety.com>
- Kreuzfahrt-Magazin: <http://kreuzfahrt-magazin.info>
- Kreuzfahrten-Zentrale: <http://www.kreuzfahrten-zentrale.de>
- Seereisenportal: [www.seereisenportal.de](http://www.seereisenportal.de)

**Prüfungszugangsvoraussetzung:**

- Kursabhängig: Begleitende Online-Lernkontrolle (max. 15 Minuten je Lektion, bestanden / nicht bestanden)
- Kursevaluation

**Prüfungsleistung:**

Klausur, 90 Minuten

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90  
Selbstüberprüfung (in Std.): 30  
Tutorien (in Std.): 30

Durch die weitere Nutzung der Seite stimmst du der Verwendung von Cookies zu.