

Modulbezeichnung:	Planung und Entwicklung von Reisen	
Modulnummer: DLBTOPER	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Pflicht	Regulär angeboten im: WS, SS	
Workload: 150 h	ECTS Punkte: 5	
Zugangsvoraussetzungen: keine	Unterrichtssprache: Deutsch	
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">Planung und Entwicklung von Reisen (DLBTOPER01)	Workload: Selbststudium: 90 h Selbstüberprüfung: 30 h Tutorien: 30 h	
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Modulverantwortliche(r): Dr. Bibiana Grassinger	
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">Bachelor Tourismusmanagement	Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none">TourismusmanagementTourismusmarketing	
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none">haben die Studierenden ein Verständnis für die Schnittstellen zwischen dem RV-Produktmanagement und anderen kritischen Kernprozessen des Veranstalter-managements in Abhängigkeit von unterschiedlichen Konfigurationen der Aufbau- und Ablauforganisation von Groß- und Kleinveranstaltern entwickelt.sind die Studierenden in der Lage, die technologischen Grundprozesse des Produktmanagements der RV von der Feinplanung über Einkauf, Kalkulation und Pricing, Katalogerstellung und Produktion zu verstehen und an praktischen Beispielen anzuwenden.ist den Studierenden die hohe Bedeutung des Yield Managements (insbesondere vor dem Hintergrund der neuen Technologie des Dynamic Packaging) für den wirtschaftlichen Unternehmenserfolg des Reiseveranstalters bewusst, sie kennen die Methoden zur Preis-Mengen-Steuerung.haben die Studierenden eine Anwendungskompetenz im Umgang mit modernen CRS-Systemen (z. B. Amadeus) sowie Kenntnisse über die Möglichkeiten des kosteneffizienten Einkaufs von Vorleistungen erlangt.verfügen die Studierenden über einen Einblick in interkulturelle Aspekte der Kommunikation zwischen Reiseveranstaltern und Leistungsträgern sowie in rechtliche und organisatorische Aspekte der Reklamationsabwicklung und der Qualitätssicherung.		
Lehrinhalt des Moduls:		
<ul style="list-style-type: none"> Produktpolitik beim Reiseveranstalter Produktmanagement beim Reiseveranstalter Organisation der Planungsprozesse Organisation der Abwicklungsprozesse Yield Management bei Reiseveranstaltern Reiseveranstaltung bei anderen Leistungsträgern 		

Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibung	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	Klausur, 90 Min. (100 %)

Kursnummer: DLBTOPER01	Kursname: Planung und Entwicklung von Reisen	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester	Zugangsvoraussetzungen: keine	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktpolitik beim Reiseveranstalter • Produktmanagement beim Reiseveranstalter • Organisation der Planungsprozesse • Organisation der Abwicklungsprozesse • Yield Management bei Reiseveranstaltern • Reiseveranstaltung bei anderen Leistungsträgern <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben die Studierenden ein Verständnis für die Schnittstellen zwischen dem RV-Produktmanagement und anderen kritischen Kernprozessen des Veranstaltermanagements in Abhängigkeit von unterschiedlichen Konfigurationen der Aufbau- und Ablauforganisation von Groß- und Kleinveranstaltern entwickelt. • sind die Studierenden in der Lage, die technologischen Grundprozesse des Produktmanagements der RV von der Feinplanung über Einkauf, Kalkulation und Pricing, Katalogerstellung und Produktion zu verstehen und an praktischen Beispielen anzuwenden. • ist den Studierenden die hohe Bedeutung des Yield Managements (insbesondere vor dem Hintergrund der neuen Technologie des Dynamic Packaging) für den wirtschaftlichen Unternehmenserfolg des Reiseveranstalters bewusst, sie kennen die Methoden zur Preis-Mengen-Steuerung. • haben die Studierenden eine Anwendungskompetenz im Umgang mit modernen CRS-Systemen (z. B. Amadeus) sowie Kenntnisse über die Möglichkeiten des kosteneffizienten Einkaufs von Vorleistungen erlangt. • verfügen die Studierenden über einen Einblick in interkulturelle Aspekte der Kommunikation zwischen Reiseveranstaltern und Leistungsträgern sowie in rechtliche und organisatorische Aspekte der Reklamationsabwicklung und der Qualitätssicherung. <p>Lehrmethoden:</p> <p>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.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Die Reise als touristisches Produkt</p> <p>1.1 Besonderheiten des touristischen Produkts</p> <p>1.2 Aufgaben eines Reiseveranstalters</p> <p>1.3 Besonderheiten einer Pauschalreise</p>		

2. Reiseveranstaltung bei verschiedenen Anbietern

2.1 Arten von Reiseveranstaltern

2.2 Leistungsträger als Reiseveranstalter

3. Produktmanagement beim Reiseveranstalter

3.1 Einordnung der Produktpolitik eines Reiseveranstalters

3.2 Verankerung in der Organisation

3.3 Aufgaben des Produktmanagements

4. Planungsprozesse bei Reiseveranstaltern

4.1 Produktanalyse

4.2 Produktziele

4.3 Strategische Produktplanung

4.4 Operative Planung je Destination

5. Einkaufsprozesse bei Reiseveranstaltern

5.1 Hoteleinkauf

5.2 Flugeinkauf

6. Kalkulationsprozesse bei Reiseveranstaltern

6.1 Preisstrategien

6.2 Kostenorientierte Preisbildung

6.3 Nachfrageorientierte Preisbildung

6.4 Wettbewerbsorientierte Preisbildung

6.5 Pricing

7. Leistungsausschreibung bei Reiseveranstaltern

7.1 Katalogerstellung

7.2 Leistungsausschreibung für Reisebüros

7.3 Leistungsausschreibung im Internet

8. Yield Management bei Reiseveranstaltern

8.1 Grundlagen des Yield Managements bei Reiseveranstaltern

8.2 Instrumente des Yield Managements

9. Abwicklungsprozesse bei Reiseveranstaltern

9.1 Buchungsabwicklung

9.2 Rolle der Zielgebietsagentur

9.3 Reklamationsbearbeitung

Literatur:

- Freyer, W. (2011): Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft. 7. Auflage, Oldenbourg, München/Wien. ISBN-13: 978-3486705775.
- Führich, E. (2006): Dynamic Packaging und virtuelle Veranstalter – Entwicklung und Anwendung des Reisevertragsrechts auf die neue Internet-basierte Pauschalreise. In: ReiseRecht aktuell, Jg. 14, Heft 2, S. 50-57.
- FVW (2016): fvw Dossier – Deutsche Veranstalter 2016. In: fvw, Jg. 49, Heft 26, Beilage. (Datenbank-Link: [<http://www.fvw.de/fvw-dossier-veranstalter-2016-ergebnisse-der-veranstalter-im-detail/393/167842/0>]).
- Jeminat, G./Jürs, M. (2017): Erfolgreich auf der Preisjagd – Zwischen Rendite und Kundenbindung: Das Dilemma um das Runterbuchen von Flugtickets – Hürden und Chancen für den Vertrieb. In: FVW, Jg. 23, Heft 3, S. 18-21.
- Kirstges, T. (2014): Grundlagen des Reisemittler- und Reiseveranstaltermanagements. Marktüberblick, Geschäftsmodelle, Marketingmanagement, rechtliche Grundlagen. 2. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3-486-72508-7.
- Nagle, T./Hogan, J./Zale, J. (2011): The Strategy and Tactics of Pricing – A Guide to Growing More Profitably. 5. Aufl., Routledge, London/New York. ISBN-13: 978-0136106814.
- Schnorbus, L. (2016): Erlebnisqualität als Erfolgsfaktor für das Customer Experience Management – Am Beispiel der vom Anbieter beeinflussbaren Kontaktpunkte einer Badepauschalreise. Dissertation Leuphana Universität Lüneburg. (urn:nbn:de:gbv:lue4-opus-144170; letzter Zugriff: 07.09.2017)
- Stelz, H. (2016): Produktmanagement wird zu Customer Journey Management. In: marconomy.de, 05.08.2016.
- Titu, M./Raulea, A./Titu, S. (2016): Measuring Service Quality in Tourism Industry. In: Procedia Social and Behavioural Sciences, Heft 221, S. 194-301.
- Voigt, Peter (2012): Internationales Reiseveranstaltungsmanagement. Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3-486-71205-6.
- Von Dörnberg, A./Freyer, W./Sülberg, W. (2013): Reiseveranstaltermanagement. Funktionen, Strukturen, Management. Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486705805.
- Winkelmann, T. (2010): Positionierung, Aufgaben und Organisation von Incomingagenturen. In: Haedrich, G./Kaspar, C./Klemm, K./Kreilkamp, E. (Hrsg.): Tourismus-Management – Tourismus-Marketing-Marketing und Fremdenverkehrsplanung. De Gruyter, Berlin, S. 629-648. ISBN-13: 978-3-11-015185-5.

Prüfungsleistung:

Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

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