

**Sozialwissenschaftliches Gymnasium, Fachoberschule für Tourismus
Roestraße 12 - 39100 Bozen**

Tel. 0471 27 24 90

**Programm aus Betriebswirtschaftslehre - Tourismuslehre
aktualisiert September 2019**

**5. Klasse Touristik
6 Wochenstunden**

- 1) WIEDERHOLUNG JAHRESABSCHLUSS UND BILANZANALYSE (4. KLASSE)
- 2) STRATEGISCHE UND OPERATIVE PLANUNG IM TOURISTIKUNTERNEHMEN
 - a) Strategische Unternehmensplanung im Touristikunternehmen
 - i) Begriff
 - ii) Unternehmensstrategien: Wettbewerbsstrategien, Strategie der Nachhaltigkeit, Wachstumsstrategien, Strategie der Konsolidierung
 - iii) Phasen der strategischen Unternehmensplanung
 - iv) Business Plan: Begriff, Zweck, Aufbau/Inhalte
 - v) Investitionsplan, Erfolgsplan, Finanzplan, Planbilanz
 - vi) Übung zur Erstellung eines einfachen Business Plans
 - vii) Übungen zur Ausarbeitung von einfachen Investitions-, Erfolgs-, Finanzplänen und Planbilanz mit vorgegebenen Angaben
 - b) Controlling im Touristikunternehmen
 - i) Begriff
 - ii) Controllinginstrumente:
 - (1) Kostenrechnung: Zweck, Kostenbegriffe (Einzel- und Gemeinkosten; fixe, variable und gemischtvariable Kosten)
 - (a) Vollkostenrechnung: Divisions- und Zuschlagskalkulation; Übungen zur Preiskalkulation
 - (b) Teilkostenrechnung: Deckungsbeitrag, Break-Even-Analyse; Übungen, einfache betriebswirtschaftliche Überlegungen, Skizze des Break-Even-Diagramms
 - (c) Kostenstellenrechnung: Zweck, Übungen zur verursachungsgerechten Verteilung von Gemeinkosten auf Kostenstellen
 - (d) Prozesskostenrechnung (Activity based costing): Zweck; einfache Übung zur Verteilung von Prozesskosten auf verschiedene Gästekategorien
 - (2) Berechnung und kurze Interpretation von allgemeinen und tourismusspezifischen Kennzahlen: Anlagen-, Umlaufintensität, Anteil Eigenkapital, Anteil Fremdkapital, Anlagendeckung I und II, Liquidität I, II und III, ROE, ROI, Leverage, Bettenauslastungsgrad, durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Hotelgäste, durchschnittlicher Erlös je Mitarbeiter, realer Marktanteil
 - (3) Yield Management: Zweck
 - c) Operative Planung bzw. Budgetierung im Touristikunternehmen (TU)
 - i) Begriff, Aufgabe, Grenzen
 - ii) Zusammensetzung des Unternehmensbudgets: Budget der Investitionen,

<p>Erfolgsbudget, Finanzbudget, Planbilanz</p> <ul style="list-style-type: none"> iii) Arten von Budgets: starres, flexibles, fortlaufendes, Null-Basis-Budget iv) Phasen der Budgetierung v) Erfolgsbudget im Hotel: Übungen mit Angaben <ul style="list-style-type: none"> (1) Budget der Gästepräsenzen (2) Budget für den Beherbergungsbereich (3) Budget für den Verpflegungsbereich (4) Budget für den Zusatzleistungsbereich (5) Personalbudget (6) Budget der Gemeinkosten (7) Erfolgsbudget – Gesamtübersicht vi) Erfolgsbudget im Reisebüro: Übungen mit Angaben <ul style="list-style-type: none"> (1) Budget für den Bereich Organisation von Pauschalreisen (2) Budget für die Vermittlungstätigkeiten (3) Personalbudget (4) Budget der Gemeinkosten (5) Erfolgsbudget – Gesamtübersicht d) Abweichungsanalyse (Budgetkontrolle und Reporting) im TU <ul style="list-style-type: none"> i) Zweck ii) Vorgangsweise iii) Arten von Reports iv) Mögliche Abweichungen v) Übungen zur Abweichungsanalyse im Hotel und im Reisebüro e) Balanced scorecard <ul style="list-style-type: none"> I) Begriff
<p>3) KATALOGREISEN UND REISEN AUF ANFRAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Voraussetzungen für den Tourismus <ul style="list-style-type: none"> i) Voraussetzungen auf nationaler und überregionaler Ebene ii) Voraussetzungen auf regionaler Ebene b) Arten des Tourismus c) Trends im Tourismus d) Reiseversicherungen e) Ablauf bei der Planung einer Pauschalreise f) Preiskalkulation (aus der Übungsfirma Weltenbummler) g) Vertiefung zur Preispolitik <ul style="list-style-type: none"> i) Preisbildungsfaktoren ii) Ermittlung und Anwendung des Gemeinkostenzuschlags und Gewinnzuschlags oder des Mark up iii) Ermittlung des Gleichgewichtspreises iv) Definition von Preissystemen h) Gestaltung von Angeboten für einen Reisekatalog i) Gestaltung von Angeboten für Reisen auf Anfrage <ul style="list-style-type: none"> i) Kundeninformationsblatt ii) Reiseunterlagen im Überblick j) Planung von Geschäftsreisen: besondere Merkmale
<p>4) PLANUNG VON EVENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Begriff Event b) Arten von Events c) Phasen bei der Organisation eines Events d) Methoden der Bekanntmachung E) Kosten und Finanzierung
<p>5) STRATEGISCHES MARKETING IM TOURISMUS</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Grundlagen des Tourismusmarketing b) Ablauf bei der Marketingplanung: Marketingschritte im Überblick c) 1. Schritt: Analysephase <ul style="list-style-type: none"> i) Umfeldanalyse

- ii) Betriebsanalyse
- iii) Konsumentenanalyse
- iv) Konkurrenzanalyse
- v) SWOT-Analyse
- vi) Lebenszyklusanalyse
- vii) Portfolioanalyse
- d) 2. Schritt: Zielsetzung und Strategiefindung
 - i) Definition von Marketingzielen
 - ii) Definition der Zielgruppen
 - iii) Auswahl geeigneter Marketingstrategien
 - (1) Konzentrierte, differenzierte oder undifferenzierte Marketingstrategie
 - (2) Strategie der Qualität (Differenzierung), der Kostenführerschaft oder Nischenstrategie (Innovation)
 - (3) Produkt-Markt-Strategien
 - (4) Portfoliostrategien
 - (5) Produktlebenszyklusstrategien
 - (6) Markenpolitik, Dachmarke Südtirol
 - e) E-Business
 - i) E-Business Leistungen (z. B. B2C, B2B, B2G)
 - ii) E-Commerce, E-Marketing, E-Market-Research, E-Advertising
 - iii) Online-Marketing
 - f) Kundenbeziehungsmanagement CRM
 - g) Destinationsmarketing
 - i) Voraussetzungen für eine Entwicklung zur Tourismusdestination
 - ii) Rolle der SMG
 - h) Marketingplan
 - i) Inhalt im Überblick

6) QUALITÄTSMANAGEMENT

- a) Begriff Qualität
- b) Geschichtliche Entwicklung
- c) Ziele des Qualitätsmanagements
- d) Total Quality Management
- e) ISO 9000 Normen
- f) Aufbau eines Qualitätssicherungssystems
 - i) Qualitätssicherung in der Produktion und im Service
- g) Qualitätsaudits
- h) Qualitätshandbuch
- i) Kontinuierlicher Qualitätsverbesserungsprozess PDCA

7) PERSONALMANAGEMENT

- a) Aufgaben
- b) Personalbedarfsplanung
- c) Personalauswahl
 - i) Anforderungsprofil
 - ii) Interne und externe Personalsuche
 - iii) Analyse der Bewerbungsunterlagen
 - iv) Auswahlverfahren
- d) Personaleinstellung
- e) Personalentwicklung
 - i) Methoden
- f) Beendigung des Arbeitsverhältnisses

Skriptum liegt in der Bibliothek auf: Strategische und operative Unternehmensplanung,
Zelger Sabine,

Bozen, September 2019

Die Fachgruppe

