

SMART Tourism: Research & Application Trends

<b>Modulbezeichnung:</b>	<b>SMART Tourism: Research &amp; Application Trends</b>			
<b>Kürzel:</b>	<b>Fachsemester/ Turnus:</b>	<b>Pflicht-/Wahlpflichtmodul:</b>		
SMARTT	2. Fachsemester/ jährlich im SS	WPM		
<b>EMMA Code:</b>	<b>Modulverantwortliche(r):</b>	<b>Dozent/in:</b>		
SMARTT	Prof. Dr. Claudia Brözel	Prof. Dr. Claudia Brözel, Gäste aus der Praxis		
<b>Kurse (Teilmodule):</b>	<b>Studienleistung:</b>	<b>Prüfungsleistung:</b>	<b>SWS:</b>	<b>ECTS:</b>
Keine Kurse		sP  <i>Erläuterung: Das Modul hat einen seminaristischen Charakter, die TeilnehmerInnen erstellen ein Protokoll für eine Veranstaltung und erarbeiten ein wissenschaftliches Paper das im Plenum vorgestellt und diskutiert wird.</i> Protokoll (20%) Paper+Diskussion (80%)	4	6

<b>Workload (stud. Arbeitsaufwand):</b>	<b>Lehrformen (h):</b>	<b>Sprache in den Lehrveranstaltungen:</b>
Präsenzstudium: 56,25 h Eigenstudium: 120 h Prüfung: 4,5 h	Vorlesung, Seminar, Diskussion	Englisch
<b>Teilnahme-Voraussetzungen:</b>	<b>empfohlene Verknüpfungen:</b>	<b>ebenfalls im Curriculum von (Verwendbarkeit):</b>
PM TdTE; PM SMC		
<b>Inhalt:</b>		
<p>Die Zielsetzung des Moduls ist die Auseinandersetzung Kenntnis topaktueller Peer-Reviewed Journal Papers und damit dem aktuellen Forschungsstand im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie im Tourismus (weltweit) Damit wird das wissenschaftliche Verständnis für die Tourismusindustrie und der Einfluss von Informations- und Kommunikationstechnologien vertieft. Dabei sind die Kernfragen: Welchen Einfluss hat die Internetökonomie oder der eCommerce auf die Unternehmen der Tourismusbranche? Welchen Einfluss haben Internet und IKT auf die Struktur der Tourismusbranche? Wie sieht ein Tourismusunternehmen der Zukunft aus? Welchen Herausforderungen müssen sich Destinationen und das Management von Destinationen im Zusammenhang mit der Internetentwicklung zu stellen? Wie sieht der Reisevertrieb der Zukunft aus? Gibt es unterschiedliche Entwicklungen in verschiedenen Teilbranchen der Tourismusindustrie? Inwiefern gestalten Bewertungsplattformen die Entscheidungssituationen? Welche Rolle spielen Sharing Plattformen im Tourismus? Wie werden touristische „Erlebnisse“ gestaltet (experience design) oder welche Rolle spielen Service Robots und Service Automation im Hospitality Bereich? Die Studierenden verstehen und diskutieren die Zusammenhänge zwischen der Entwicklung der IKT, des Internets und den Einflüssen und Veränderungen der Tourismusindustrie. Die Grundlage bilden Research Papers aus verschiedenen Journalen, wobei besonders die IFITT (International Federation of Travel and Technology), als führender Zusammenschluss von Wissenschaft und Praxis (weltweit) zu nennen ist, die auf der jährlichen Konferenz (ENTER) einen Konferenzband mit aktuellen Forschungsentwicklungen präsentieren. Nach aktivem Besuch dieses Moduls haben Studierende ein umfassendes und reflektiertes Verständnis zum aktuellen Forschungsstand in der Tourismusindustrie und sind fähig mit unterschiedlichen wissenschaftlichen Papers zu arbeiten. Die Studierende lernen den Aufbau, die Methodik und die Diskussion eines wissenschaftlichen Papers kennen und sich damit auseinander zu setzen.</p>		

Dieses Modul bedient Inhalte, die sich unter folgenden Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDG) einordnen lassen:

- 4. Hochwertige Bildung
- 5. Geschlechtergleichheit
- 8. Menschenwürde Arbeits und Wirtschaftswachstum
- 9. Industrie, Innovation und Infrastruktur
- 10. Weniger Ungleichheiten

Lernergebnisse:			Anteil in %	Einordnung DQR
Fachkompetenzen	Kenntnisse/ Wissen	Die Studierenden sind in der Lage englischsprachige Forschungsergebnisse (Journals) zu verstehen, erklären und auf aktuelle Entwicklungen der Tourismusindustrie (Newsletter) anzuwenden	25	8
	Fertigkeiten	Die Studierenden lesen und erarbeiten sich methodisch und inhaltlich Forschungsartikel und können deren Inhalte beurteilen und präsentieren	25	8
Personale Kompetenzen	Soziale Kompetenz	Die Studierenden entwickeln im Team ein arbeitsteiliges Ergebnis in Form eines Diskussionspapiers zu einem Thema, das in der Gesamtgruppe durch die jeweilige Gruppe angeleitet diskutiert wird.	20	7
	Selbständige it	Die Studierenden erarbeiten sich selbständig Inhalte und reflektieren begleitend zu den Vorlesungen Forschungspapers sowie aktuelle Brancheninformationen, die reflektierend in einen Zusammenhang gesetzt werden	30	7

**Literatur und andere empfohlene Quellen:**

The Online Tourism Industry is very fast developing, therefore here are some basic literature advices. For the course it will be updated on the present stage. Also we use many daily online sources to follow the latest development and discuss that.

Journals:

„Information Technology & Tourism“ <https://www.cognizantcommunication.com/journals-previously-published/information-technology-a-tourism>

„Tourism Management“ Research, Policies, Practice“ <http://www.journals.elsevier.com/tourism-management/>

ENTER conference proceedings ; ENTER 2005 – today „ Information and Communication Technologies in Tourism“

Buhalis, D. (2002) eTourism: Information technology for strategic tourism management, FT Prentice Hall

Buhalis, D., 2003, eTourism: Information Technology for strategic tourism management, Pearson.

Buhalis, D., A.M. Tjoa and J. Jafari 1998, Information and Communication Technologies in tourism, ENTER'98 Conference Proceedings, Istanbul, Springer-Verlag, Wien-New York.

Buhalis, D., and Schertler, W., 1999, Information and Communication Technologies in tourism, ENTER'99, Springer-Verlag, Wien-New York, ISBN3211832580.

Egger R. and Buhalis D. (editors), 2008, eTourism Case studies: Management & Marketing issues in eTourism, ISBN 0750686677, Butterworth Heinemann Oxford.

Fesenmaier D., Klein, S., and Buhalis, D., 2000, Information & Communication Technologies in tourism, ENTER'2000, Springer-Verlag, Wien-New York, ISBN3211834834.

Fesenmaier, D., Werthner, H., Wober, K, 2006, Destination Recommendation Systems: Behavioural Foundations and Applications HB 0851990231, CABI, London.

Frew A., O'Connor P, Hitz M.(Eds), 2003, Information and Communication Technologies in Tourism, Springer-Verlag Vienna ISBN: 3211839100

Frew A., (Editor) 2004, Information and Communication Technologies in Tourism 2004, Springer-Verlag Vienna ISBN: 3211206698

Frew A., (Editor) 2005, Information and Communication Technologies in Tourism: Proceedings of the International Conference

in Innsbruck, Austria, Springer-Verlag Vienna ISBN: 3211241485

Höpken, W., Gretzel, U., Law, R., (Eds.), 2009, Information and Communication Technologies in Tourism 2009, Proceedings of the ENTER2009, Innsbruck, Austria, XIV, 517 p. 92 illus., ISBN: 978-3-211-93970-3

Gary Inkpen 1998, Information Technology for Travel and Tourism, Longman, ISBN: 0582310024

Gretzel, U; Law, R., Fuchs, M., (Eds.), 2010, Information and Communication Technologies in Tourism 2010, Proceedings of the ENTER2010, Lugano, Switzerland, 642 p. 90 illus., ISBN: 978-3-211-99406-1

Mills, M. and Rob Law (Editors), 2005, Handbook of Consumer Behaviour, Tourism and the Internet Haworth Press Inc., U.S. ISBN: 078902599X

Kärcher, K, 1997, Reinventing Package Holiday Business, Deutscher Universitätsverlag, Berlin.

Laudon, K., 2004, E-Commerce: Business. Technology. Society.: Case Book Update, Prentice Hall, ISBN: 0321269373

Lawrence, E., Newton, S., Corbitt, B., Braithwaite, R., Parker, C., 2002, Technology of internet business, Wiley, Australia.

Marcussen, Carl H. 1999, Internet Distribution of European Travel and Tourism Services, Research Centre of Bornholm, Denmark, [http://www.crt.dk/media/Internet\\_distribution\\_CHM.pdf](http://www.crt.dk/media/Internet_distribution_CHM.pdf)

Marcussen, Carl H. 2006, Internet and Distribution of European Travel Updates, Centre for Regional and Tourism Research, Denmark [http://www.crt.dk/UK/Staff/chm/P\\_CHM.htm](http://www.crt.dk/UK/Staff/chm/P_CHM.htm)

Nyheim, P., McFadden, F., Connolly, D., 2005, Technology strategies for the hospitality industry, Pearson-Prentice Hall, New Jersey.

O'Connor, P, Höpken, W., Gretzel, U., (Eds.), 2008, Information and Communication Technologies in Tourism 2008, Proceedings of the ENTER2008, Innsbruck, Austria, XV, 591 p. 120 illus., ISBN: 978-3-211-77279-9

O'Connor, P., 1999, Electronic information distribution in tourism and hospitality, Oxford: CAB.

O'Connor P., 2004, Using Computers in Hospitality, Thomson Learning ISBN: 1844800458

Poon, A., 1993, Tourism, technology and competitive strategies, Oxford: CAB International.

Porter, M, 2001, Strategy and the Internet, Harvard Business Review, March, pp.62-78

Sheldon, P.J. Wöber, K., Fesenmaier D.R. (Eds) 2001, Information and Communication Technologies in Tourism 2001: Proceedings of the International Conference in Montreal, Canada, 2001: Springer-Verlag Vienna ISBN: 3211836497

Sheldon, P, 1997, Tourism Information Technology, CABI Publishing, Oxford, England, ISBN: 0851991815

Werthner, H. and Klein, S., 1999, Information Technology and Tourism - A challenging relationship, Springer, New York.

Wöber, K.W. A.J. Frew M. Hitz (Editors) 2002, Information and Communication Technologies in Tourism 2002: Springer-Verlag Vienna ISBN: 3211837809

Personen, J. Neidhardt, J 2019: Information and Communication Technologies in Tourism 2019 ; Springer

WTO, 1999, Marketing tourism destinations online: strategies for the information age, World Tourism Organization, Madrid.

WTO, 1994, Global Distribution Systems in the Tourism Industry, World Tourism Organisation, Madrid.

WTO, 2001, eBusiness for Tourism: Practical; guidelines for destinations and businesses, Madrid: World Tourism Organisation

**letzte Aktualisierung der Modulbeschreibung**

*Prof. Dr. Claudia Brözel (12.4.2019)*