

Wintersemester 2008/09

Bachelor (B.A.)

Modul B 12: Wahlfächer

Bezeichnung der Kurseinheit: Marketing-Management im Gesundheitstourismus; Gesundheitsorientierung, Freizeit und Tourismus – neue Chancen für die Gesundheits- und Sozialwirtschaft

Semester	5./6.
Semesterwochenstunden	2
Kontaktzeit	32
Selbststudium	28

Lehrsprache	D
Vorgesehene Gruppengröße	20
Leistungspunkte (ECTS)	2

Dozent/in: Prof. Dr. Raphael Breidenbach

Kurzbeschreibung der Veranstaltung

Die Veranstaltung befasst sich mit Entwicklungen und Trends im gesundheitsbetonten Tourismus. Sie wendet sich damit einem hochaktuellen, auf Expansion ausgerichteten Handlungsfeld zu, in dem auch Themen wie Wellness, Fitness und Gesundheitssport ihren Ort haben. Im Seminarverlauf wird auf die vielschichtigen und wechselseitigen Beziehungen zwischen Gesundheit und Tourismus eingegangen und auf die konkreten Erfordernisse gesundheitstouristischer Praxis abgestellt. Es wird der Frage nachgegangen, welche Chancen sich für Einrichtungen und Unternehmen der Gesundheits- und Sozialwirtschaft aus dem „Megatrend Gesundheit“ (Horx) ergeben.

Lernziel: Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in das Marketing-Management von gesundheitstouristischen Erlebniswelten bzw. Einrichtungen. Angestrebt wird die Entwicklung von Handlungskompetenz vor allem in den gesundheitstouristischen Handlungsfeldern, die einen direkten Bezug zu Bereichen der Gesundheits- und Sozialwirtschaft aufweisen.

Inhalte:

1. Gesundheitstourismus als Phänomen der Freizeitwirtschaft und des Tourismus
2. Gesellschaftliche Entwicklungen mit Blick auf Prävention und Gesundheitsorientierung
3. Wellness, Sport und Fitness - gesundheitsbetonter Tourismus als Marktsegment
4. Nachfrage- und Angebotsentwicklungen, neue Trends
5. Kunden- und marktorientiertes Management im Gesundheitstourismus
Unter besonderer Berücksichtigung der Qualitätsdimension
6. Praxisstudien und Fallbeispiele

Methode: Fragend-entwickelnder Unterricht, im Verlauf der Lehrveranstaltung Gruppenarbeit der Studierenden, Vorstellung und Diskussion der Arbeitsergebnisse, Filmdokumente und Videosequenzen, Praxisstudien und Vorträge.

Vermittelte Schlüssel-

qualifikationen: Analytisches und systematisches Denken, Sach- und Methodenkompetenz

Bewertung*: Teilmodulprüfung in Form einer Hausarbeit oder Präsentation, die analog der Gewichtung der Creditpoints in die Modulnote eingeht

Literatur: Bastian, Harald/Born, Karl/Dreyer, Axel (Hrsg.): Kundenorientierung im Touristikmanagement
Berg, Waldemar: Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, Oldenbourg 2008.

Breidenbach: Freizeitwirtschaft und Tourismus, Wiesbaden 2002
Freyer, Walter: Tourismus; Eine Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München 2001.
Lanz Kaufmann, Eveline: Wellness-Tourismus; Marktanalyse und Qualitätsanforderungen für
die Hotellerie - Schnittstellen zur Gesundheitsförderung, Bern 1999

Erstellungsdatum: 04. September 2008
