

Studienplan für den CAS-Studiengang Tourismus und Digitalisierung (CAS TOURD)

Bern, 26. März 2020

Der Studiengang CAS Tourismus und Digitalisierung ist eine universitäre Weiterbildung, die zur Erteilung des „Certificate of Advanced Studies in Tourism and Digitalization, Universität Bern (CAS TOURD Unibe)“ führt. Rechtsgrundlage ist das Reglement der Wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät für den CAS Tourismus und Digitalisierung vom 2. April 2020 (im Folgenden "Studienreglement").

1. Ziele des Studiengangs

Ziele

Die Teilnehmenden sollen gemäss Art. 5 des Studienreglements

- den Tourismus im Wandel der Digitalisierung in seiner Komplexität erfassen, verstehen und erklären,
- wissenschaftliche Erkenntnisse in der Praxis anwenden,
- volks- und betriebswirtschaftliche Ansätze im Tourismus nutzen und Problemlösungen herleiten sowie
- Lösungskompetenzen für strategische und operative Fragestellungen entwickeln können.

2. Umfang, Ziele und Inhalte der Studiengangselemente

Umfang

Der Studiengang umfasst 25 Kurstage (ca. 180 Präsenzstunden) und 18 ECTS-Credits (insgesamt ca. 540 Arbeitsstunden).

Modul1

Grundlagen zum Tourismus und Unternehmensführung

Umfang: 3 Tage (2 ECTS-Credits)

- System Tourismus
- Erscheinungsformen und spezifische Aspekte der Tourismusökonomie
- Grundsätze und Modelle der Unternehmensführung
- Entwicklungen und Herausforderungen im Tourismus
- Formen von Kooperationen

Modul 2

Technische und rechtliche Grundlagen zur Digitalisierung

Umfang: 3 Tage (2 ECTS-Credits)

- Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnologie
- Beschaffung und Management von Software-Systemen
- Umgang mit Plattformen
- Einführung in Data Analytics, Open Data und künstliche Intelligenz
- Datenschutz und Urheberrecht

Modul 3

Qualitätsmanagement und Erlebnis-Setting

Umfang: 3 Tage (2 ECTS-Credits)

- Grundsätze und Modelle des TQM
- Qualitätsoffensiven im Tourismus
- Erlebnisgesellschaft
- Instrumente der Erlebnis-Inszenierung
- Erlebnisqualität in der Kommunikation

Modul 4

Umweltökonomie und Unternehmensverantwortung

Umfang: 3 Tage (2 ECTS-Credits)

- Ökologische Herausforderungen
- Wechselbeziehungen zwischen Tourismus und Ökologie
- Management-Ethik und Corporate Responsibility (CR)
- Wege zu einer nachhaltigen Entwicklung
- Grossveranstaltungen und Nachhaltigkeit

Modul 5

Online Marketing und Social Media

Umfang: 3 Tage (2 ECTS-Credits)

- Digital Fitness Assessment im Tourismus
- Online-Marketing- und Content-Strategie
- Online-Marketing und Social-Media-Plattformen und Instrumente im Tourismus
- Umgang mit Bewertungsplattformen, Marketing Automation, CRM, Systeme und Tools
- Zwischenprüfung zu den Modulen 1–4

Modul 6

Destinationsmanagement/Vernetzung (Fachexkursion)

Umfang: 3 Tage (1 ECTS-Credits)

- Case Study einer konkreten touristischen Destination
- Beobachtungen und Diskussionen vor Ort: Transfer Theorie-Praxis
- Vertiefung ausgewählter Themenfelder

Modul 7

Digitale Transformation von Unternehmen und Wertschöpfung

Umfang: 3 Tage (2 ECTS-Credits)

- Digitalisierungsstrategien, Steuerung und Governance
- Digitale Innovationen

- Digitale Produkte und Dienstleistungen sowie Wertschöpfungsketten
- Prozessmanagement

Modul 8

Tourismuspolitik und Ausblick

Umfang: 3 Tage (2 ECTS-Credits)

- Tourismus als Teil der Wirtschaftspolitik
- Berggebiets- und Regionalpolitik
- Legitimation und Instrumente der Tourismuspolitik und aktuelle Themen: international, national, kantonale, lokal
- Changemanagement: Schritte in der Umsetzung
- Ausblick

CAS-Arbeit

CAS-Arbeit

Umfang: 3 ECTS-Credits

Abschluss

Die Weiterbildung wird abgeschlossen

- mit einer schriftlichen Schlussprüfung sowie
- mit der Präsentation der CAS-Arbeiten.

Umfang: 1 Tag

3. Leistungsnachweise im Studiengang

Leistungsnachweise

Die Leistungskontrollen sind im Studienreglement, Artikel 15, geregelt.

Folgende Leistungskontrollen sind vorgesehen:

- Zwischenprüfung*: Stellt eine Lern- und Verständniskontrolle der Module 1–4 dar und wird im Modul 5 durchgeführt.
- Schriftliche Abschlussprüfung*: Stellt eine Lern- und Verständniskontrolle der Module 5–8 dar und prüft die Fähigkeit der Teilnehmenden, den erworbenen Lernstoff auf praxisrelevante Situationen anwenden zu können.
- CAS-Arbeit*: Dient der Übertragung des vermittelten Stoffes ganz oder in Teilen auf einen Fall aus der Berufswelt der Teilnehmerin oder des Teilnehmers. Die CAS-Arbeit wird durch Expertinnen und Experten begleitet und ist in der Regel 2 Wochen nach Abschluss des Moduls 8 einzureichen. Sie ist im Normalfall eine Einzelarbeit, kann aber auch als Gruppenarbeit von maximal 3 Personen verfasst werden. In einem Begleittext wird der eigene Anteil der Autoren an der CAS-Arbeit dargelegt.

Studierende des "EMBA Marketing Management Universität Bern (EMBA MM Unibe)" können im dritten CAS-Studiengang anstelle der CAS-Arbeit die EMBA-Arbeit verfassen.

Die Bewertung der Leistungskontrollen ist in Art. 16 des Studienreglements geregelt.

Für den Besuch der Module 1–8 mit einer Anwesenheit von mindestens 80 % der Unterrichtszeit sowie für das Bestehen der Zwischen- und der Schlussprüfung werden 15 ECTS-Credits vergeben.

Für das Verfassen einer genügenden CAS-Arbeit werden 3 ECTS-Credits vergeben.

4. Schlussbestimmungen

Inkrafttreten

Dieser Studienplan tritt auf den 1. Juni 2020 in Kraft.

Bern, 26.03.20

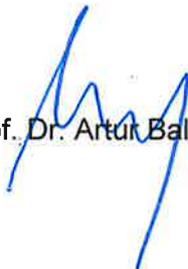
Von der Programmleitung beschlossen:



Prof. Dr. Aymo Brunetti

Bern, 2.4.2020

Von der Wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät genehmigt:



Prof. Dr. Artur Baldauf