

STUDIENBESCHREIBUNG

Destinationsmanagement (IST)



Der Markt

Der Tourismus ist weltweit ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, der zu Wachstum und Beschäftigung beiträgt. Dies zeigt die Anzahl der touristischen Übernachtungen, die in den vergangenen Jahren stetig gestiegen sind. Zuletzt konnten im Jahr 2019 rund 495 Millionen Übernachtungen in Deutschland verzeichnet werden.

Bedingt durch die Corona-Pandemie sanken die Gästeübernachtungen in den Jahren 2020 und Anfang 2021, zunächst im Vergleich zum Vorjahr, deutlich. Dennoch ist die Reiselust ungebrochen und besonders die innerdeutschen Reiseziele gewinnen immer mehr an Bedeutung. In den kommenden Jahren besteht für die deutschen Destinationen umso mehr die Möglichkeit, die Inlandstouristen mit einer strategisch nachhaltigen Marketingstrategie und professionellem Destinationsmanagement zu überzeugen.

Die Beliebtheit einer Destination bei Touristen bringt nicht nur positive Veränderungen mit sich. Denn Tourismus kann über Jahre hinweg ein Reiseziel und vor allem auch das Leben der Einwohner negativ verändern – Stichwort: Overtourism. Um diese negativen Veränderungen für die Destination zu minimieren oder gar ganz zu vermeiden, ist die Betrachtung des Themengebietes „Verminderung von Overtourism“ notwendig.

Es gilt, die touristische Vermarktung einer Stadt und Region als Chance und Herausforderung zugleich anzusehen. Eine starke touristische Anziehungskraft kombiniert mit einer hohen Lebensqualität führt zu einer Vielzahl von Effekten, die Standorte beispielsweise zukunftsfähig halten.

Laut Johannes Knuck, Stellvertretender Geschäftsführer Verbund Oldenburger Münsterland e. V.: „Das Stadt- und Regionalmarketing nimmt eine immer größere Rolle innerhalb des Destinationsmanagements ein. Mit innovativen Ansätzen und zielgruppenspezifischen Maßnahmen kann eine Destination aus der Fülle an Angeboten hervorstechen und sich gezielt positionieren.“

Das IST-Studieninstitut vermittelt mit seiner nebenberuflichen Weiterbildung „Destinationsmanagement (IST)“ aktuelles Wissen und wichtiges Know-how, das für ein erfolgreiches Destinationsmanagement notwendig ist.

Hinweis:

Um die Lesbarkeit dieser Studienbeschreibung zu erhalten, wurde auf das Nebeneinander verschiedener Personen- und Berufsbezeichnungen verzichtet. Dafür bitten wir alle Leser (m/w/d) um Verständnis.

Aufgaben und Tätigkeitsfelder

Die Weiterbildung des IST-Studieninstituts ermöglicht es Ihnen, einen Einstieg ins Destinationsmanagement zu finden oder bereits vorhandene Kenntnisse zu erweitern.

Mit dem gewählten Lehrgang können Sie, nach erfolgreichem Abschluss, ganz unterschiedlich tätig sein. Ihre möglichen Einsatzfelder:

- ▶ bei Verbänden und Vereinen zur Vermarktung von Destinationen
- ▶ im Stadt- und Regionalmarketing
- ▶ bei Tourismusagenturen
- ▶ bei einem Reiseveranstalter
- ▶ bei Fremdenverkehrsbüros
- ▶ bei Kur- und Heilbädern

Wie Sie sehen, ist das Spektrum Ihres Einsatzfelds sehr breit gefächert. Je nachdem, wo Sie Ihren persönlichen Schwerpunkt setzen, können Sie in den beschriebenen Tätigkeitsfeldern und auch darüber hinaus eingesetzt werden.

Die Positionen im Tourismus sind schwer umworben und die Zeit der zahlreichen Seiteneinsteiger ohne Qualifikation ist nahezu vorbei. Daher ist es für jeden, der eine berufliche Tätigkeit in dieser Branche anstrebt, unerlässlich, durch eine qualifizierte Ausbildung zu überzeugen. Das IST-Studieninstitut hat die Weiterbildung „Destinationsmanagement (IST)“ eng an den Bedürfnissen der Branche ausgerichtet.

Qualifikationen:

Im Verlauf der Weiterbildung widmen Sie sich dem Thema Destinationsmanagement. Sie lernen, was unter der strategischen Führung und Vermarktung touristischer Destinationen verstanden wird, in welcher Form Aspekte der Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement berücksichtigt werden können und welche Rolle das Stadt- und Regionalmarketing für eine Destination einnimmt.

Um als Destinationsmanager tätig zu sein, ist es notwendig, einen umfassenden Einblick in das Themengebiet Destinationsmanagement zu bekommen. Denn nur ein vernetztes Wissen ermöglicht es Ihnen, die Zusammenhänge besser zu verstehen. Diese Zusammenhänge werden in unseren Studieneinheiten und den Online-Vorlesungen umfassend und aktuell dargestellt. Die Theorie wird durch touristische Praxisbeispiele veranschaulicht.

Destinationsmanager können bei einer lokalen, regionalen, überregionalen, nationalen oder internationalen Destinationsmanagement-Organisation (DMO) arbeiten. Dies können beispielsweise Städte, Gemeinden, Regionen, Kurorte, Skigebiete, Erholungsgebiete und Nationalparks sein.

Studienübersicht

Das IST-Studieninstitut bietet die 4-monatige Weiterbildung „Destinationsmanagement (IST)“ in Form eines staatlich zugelassenen Fernstudiums mit 3 Studienheften, 1 Webinar, 1 Podcast und Online-Vorlesungen an. Diese Unterrichtsform bringt Ihnen viele Vorteile:



Das Studienmaterial und die Konzeption des Studiengangs wurden von der zuständigen staatlichen Stelle (Zentralstelle für Fernunterricht in Köln, www.zfu.de) überprüft und zugelassen. Das Fernstudium bietet Ihnen die Möglichkeit, die Weiterbildung problemlos berufsbegleitend durchzuführen und orts- und zeitunabhängig zu lernen. Wir stellen Ihnen die Lehrmaterialien zusätzlich im Internet als PDF-Dokumente zur Verfügung, sodass Sie sich diese auf Ihren Rechner laden und dann jederzeit an Ihrem Computer ansehen können. Teilnehmer, die das gesamte Studium online-gestützt durchführen, d. h. auf gedruckte Studienhefte verzichten, erhalten eine Ermäßigung von 5 % auf die Studiengebühren.

Lehrplan

Im Folgenden sehen Sie eine Aufstellung der verschiedenen Studieninhalte:

Idealverlauf	Versandmonat	Studienheft	Online-Vorlesungen (OV)/Webinar (W)*/Podcast (P)	Einsendearbeit (EA)
1	1	Destinationsmanagement	Grundlagen des Destinationsmanagements (OV) Strategisches Destinationsmanagement (OV) Problemfelder des Destinationsmanagements (OV)	EA1
2	2		Markenbildung von Destinationen (OV) Zielgruppenmarketing (OV) Vermeidung von Overtourism (OV)	
3	2	Destinationsmanagement unter Aspekten der Nachhaltigkeit	Travel Blogger im Interview (P) Digitale Trends im Tourismus (W)*	
4	2	Stadt- und Regionalmarketing		

(*Es stehen Ihnen frei wählbare Termine im Online-Campus zur Verfügung)

Studienhefte

Nachfolgend möchten wir Ihnen die Inhalte der einzelnen Studieneinheiten vorstellen:

Studienheft 1

Destinationsmanagement

- Bedeutung von Destinationen
- Aufgaben, Rechtsformen und Finanzierung von Tourismusorganisationen
- Markenpolitik und Kooperationsmöglichkeiten
- Planung, Steuerung und Einführung von Produkten
- Vertrieb und Kommunikation
- Bedeutung der Gästeführung

Studienheft 2

Destinationsmanagement unter Aspekten der Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit als Destinationsphilosophie
- Normatives nachhaltiges Management
- Strategisches nachhaltiges Management
- Operatives nachhaltiges Management
- Ausblick

Studienheft 3

Stadt- und Regionalmarketing

- Basisbetrachtungen und Aktualität der Thematik
- Der Markenprozess
- Integration zwischen Raum- und Markenforschung: Städte und Regionen als Marke
- Exkurs Stadtmarketing: Der Markenbildungsprozess der Dachmarke „echt Cloppenburg“
- Exkurs Standortmarketing: Die Neupositionierung des Oldenburger Münsterlandes
- Kommunikation
- Blick über den Tellerrand: Erfolgreiche Positionierung deutscher Standortmarken

Online-Vorlesungen und Podcast

Parallel zu den Studienheften und Seminaren werden Online-Vorlesungen und ein Podcast angeboten, in denen zusätzliche Themen behandelt werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Sie im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Vorlesung 1

Grundlagen des Destinationsmanagements

- Definition
- Phänomene aus Kundensicht
- Destinationsebenen

Online-Vorlesung 2

Problemfelder des Destinationsmanagements

- Politische und wirtschaftliche Probleme
- Best Practice: Der Harz
- Destinationsvermarktung
- DMO und DMC (Destination Management Organisation und Destination Management Companies)

Online-Vorlesung 3

Strategisches Destinationsmanagement

- Bedeutung der Markenbildung für Destinationen
- Arten der Marktsegmentierung
- Kooperationen

Online-Vorlesung 4

Markenbildung von Destinationen

- Wettbewerbssituation
- Destinationsimage
- Positionierung
- Markenführung

Online-Vorlesung 5

Zielgruppenmarketing

- Incoming-Tourismus
- Low-Cost-Carrier und deren Bedeutung für Destinationen
- Betriebs- und Umfeldanalyse
- zielgruppengerechte Produktentwicklung

Online-Vorlesung 6

Vermeidung von Overtourismus

- Möglichkeiten und Konzepte
- Konsequenzen und Ausblick

Podcast

Travelblogger im Interview

- Travel-Blogger-Dasein und deren Leidenschaft zum Reisen
- Erfahrungen als Travel Blogger
- Blogtrips

Webinare

Unterstützend zu den Inhalten der Weiterbildung gibt es ein Webinar, das ca. 90 Minuten dauert und wochentags stattfindet. Der Besuch des Webinars wird von uns empfohlen, stellt aber keine Voraussetzung für das Erlangen des IST-Zertifikates dar. Das Thema des Webinar wird im Folgenden kurz vorgestellt:

Webinar

Digitale Trends im Tourismus

- 360-Grad-Ansicht
- Augmented & Virtual Reality
- Chatbots
- Storytelling
- Blogs
- Social Media
- und viele weitere spannende, digitale Trends

Insgesamt erfolgt die Darstellung der Vielzahl an Trends, die im Unternehmen oder der Destination für die Kunden genutzt werden können.

Ihre Tutoren des Fachbereichs Tourismus & Hospitality begleiten Sie durch die Webinare.

Prüfungen

Lernerfolgskontrolle

Grundsätzlich werden in jedem Studienheft am Ende eines jeden Kapitels Lernkontrollfragen gestellt, die sich auf den vorangegangenen Text beziehen. Die Antworten zu diesen Fragen finden Sie immer am Ende des Heftes. Somit haben Sie die Möglichkeit, Ihren Lernerfolg selbst zu überprüfen.

Einsendearbeit

Um das Zertifikat „Destinationsmanagement (IST)“ zu erlangen, ist eine Einsendearbeit zu bearbeiten, die von den IST-Tutoren korrigiert und in Ihrem Online-Campus hochgeladen wird. Die Einsendearbeit besteht aus Aufgaben, die sich auf die vorangegangenen Studienhefte und die Online-Vorlesungsteile zu „Vermeidung von Overtourism“ beziehen.

Einsendearbeit

- Destinationsmanagement
- Vermeidung von Overtourism
- Destinationsmanagement unter Aspekten der Nachhaltigkeit
- Stadt- und Regionalmarketing

Studienabschluss

Voraussetzung zur Erlangung des Zertifikats ist das Bestehen der Einsendearbeit.

Destinationsmanagement (IST)

Wir sind für Sie da!

Während der gesamten Dauer Ihres Fernstudiums steht Ihnen das Team der IST-Studienberatung für Fragen zu Aufbau, Ablauf und Organisation Ihres Lehrgangs zur Verfügung.

Für alle fachlichen Fragen zu Ihren Studienmaterialien steht Ihnen unser Beratungsteam für den Bereich Tourismus & Hospitality zur Verfügung. Sprechen Sie uns an, wir freuen uns auf Sie. Sie erreichen uns unter +49 211 86668 0 oder per E-Mail Tourismus@ist.de

Auch im Anschluss an Ihr Fernstudium kümmern wir uns weiter um Sie:

Mithilfe der IST-Jobbörse www.joborama.de können Sie sich kostenfrei über offene Stellen in den Branchen Tourismus & Gastgewerbe, Event, Medien & Wirtschaft, Sport & Management sowie Fitness, Health & Wellness informieren oder gezielt nach einer Stelle suchen, indem Sie Ihr individuelles Qualifikationsprofil kostenlos einstellen und so interessierten Arbeitgebern zugänglich machen.

Unser monatlicher **Online-Newsletter**, der Ihnen per E-Mail zugeschickt wird, enthält aktuelle Informationen zu Entwicklungen der Branche, zu Messen und Ausstellungen sowie zu neuen IST-Angeboten.

Absolventen haben die Möglichkeit, Zusatzqualifikationen zu attraktiven Sonderkonditionen (verkürzte Studiendauer, ermäßigte Preise) zu erwerben, um sich so in ihrem jeweiligen Fachbereich zu spezialisieren. Zum anderen gibt es für alle, die bereits eine Weiterbildung beim IST belegt haben und sich für ein weiteres IST-Angebot entscheiden, einen **Treue-Rabatt**.