

Executive Master Turismo Sostenibile

M T S



tech università
tecnologica



Executive Master Turismo Sostenibile

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master/master-turismo-sostenibile

01 Benvenuto

In una società più attenta all'ambiente, il prodotto turistico sostenibile e la qualità del servizio sono sempre più apprezzati da diversi tipi di consumatori. La creazione di imprese basate su questo concetto è in aumento, per cui c'è bisogno di figure professionali più specializzate, con una leadership distintiva, disposte ad allontanarsi dal turismo di massa e ad avvicinarsi ancora di più ad altri modi di intendere il viaggio e di godere del locale, prosperando in un settore in forte espansione. Questo programma 100% online è stato creato con l'obiettivo di fornire ai professionisti conoscenze specialistiche e differenziate sui cambiamenti in atto nel settore del turismo, tra cui il marketing mirato, la gestione del patrimonio culturale e l'innovazione turistica. Tutto questo in un formato flessibile, che permette ai manager di combinare le loro responsabilità lavorative con una specializzazione all'avanguardia nel mondo accademico.



Master Privato in Turismo Sostenibile.
TECH Università Tecnologica



“

Il settore turistico ha bisogno di professionisti che si impegnino a fondo per l'ambiente e, per questo motivo, TECH ti offre tutte le informazioni necessarie sul nuovo modello di turismo sostenibile"

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la formazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è l'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 7 continenti.

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con Tech possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i quali:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, considerando le diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una svolta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04 Obiettivi

Questo Executive Master fornisce agli studenti le informazioni più aggiornate sul turismo sostenibile, sull'attuazione della strategia ecoturistica e sui diversi strumenti di marketing utilizzati con successo in questo settore. Tutto questo sarà possibile grazie ai contenuti multimediali basati su video riassuntivi, video in dettaglio o diagrammi interattivi che compongono questa specializzazione.



“

Otterrai l'aggiornamento delle conoscenze necessarie per trasformare un'attività turistica tradizionale in un'impresa basata sul turismo sostenibile"

**TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti
Lavoriamo insieme per raggiungerli.**

Il **Executive Master in Turismo Sostenibile** prepara lo studente a:

01

Conoscere le diverse tipologie di spazi e destinazioni turistiche, la loro valutazione e i fattori di condizionamento

04

Comprendere i tipi di consumatori e i tipi di destinazioni internazionali

02

Scoprire i fattori condizionanti che devono essere imposti per lo sviluppo sostenibile del turismo

05

Conoscere l'evoluzione dei principi delle destinazioni turistiche internazionali

03

Comprendere il funzionamento generale della struttura turistica mondiale

06

Conoscere le principali azioni relative alla pianificazione turistica contenute nei piani pubblici



07

Conoscere le principali iniziative di valorizzazione del patrimonio culturale

08

Conoscere e utilizzare il marketing o l'orientamento al consumatore nel processo decisionale dell'azienda turistica

09

Comprendere l'importanza della fidelizzazione dei clienti di prodotti turistici e il marketing relazionale

10

Comprendere i concetti di base del turismo in relazione alla storia, all'economia, alla cultura, alla società e alla sostenibilità

11

Capire l'evoluzione del turismo nei diversi scenari in cui si sviluppa e nel contesto attuale

12

Studiare la struttura dei mercati turistici e le loro conseguenze sulla dimensione sociale, economica e ambientale

13

Identificare gli strumenti attualmente utilizzati per analizzare il traffico del sito web



14

Apprendere i concetti di base dei sistemi e dei processi della comunicazione pubblicitaria e delle relazioni pubbliche, delimitandoli rispetto ad altri campi accademici e professionali correlati

15

Sviluppare le competenze necessarie per la pratica professionale, soprattutto stabilendo meccanismi per la valorizzazione della creatività, della curiosità intellettuale, della responsabilità e del rispetto della dignità umana

16

Conoscere il settore non profit e il suo funzionamento come parte dello sviluppo locale delle comunità, essendo entità collaboratrici o precursori di attività turistiche sostenibili

17

Conoscere i contributi dell'ecoturismo come elemento di coesione tra la popolazione e lo sviluppo locale, gestire progetti di turismo sostenibile e lavorare in ambienti socio-culturali diversi



05

Competenze

Questo programma universitario è stato progettato con l'obiettivo principale di rafforzare le capacità di leadership dei professionisti del settore turistico nel campo del turismo sostenibile o il cui obiettivo è quello di lanciare un proprio progetto. A questo scopo, sono disponibili tutti gli strumenti offerti da TECH, oltre a casi di studio pratici che ti avvicineranno alla realtà attuale del settore turistico.



“

*Grazie a questo programma 100% online,
potrai conoscere gli ultimi sviluppi della
pianificazione ecoturistica”*

01

Applicare i contenuti delle Relazioni Pubbliche al turismo attraverso il pensiero critico e la riflessione basata sull'analisi dei contenuti e di casi di studio specifici

04

Riconoscere i profili psicografici degli individui nel loro comportamento di consumatori di turismo e tempo libero

02

Progettare le conoscenze, le competenze e le abilità acquisite per promuovere una società basata sui valori di libertà, giustizia, uguaglianza e pluralismo



03

Condurre correttamente un'analisi SWOT

05

Comprendere il processo decisionale di acquisto e i fattori che lo influenzano

06

Analizzare gli impatti generati dall'attività turistica

08

Identificare e gestire siti e destinazioni turistiche

09

Analizzare la standardizzazione internazionale: iniziative di standardizzazione internazionale e attori chiave

07

Dirigere e gestire i diversi tipi di enti turistici

10

Analizzare i modelli di innovazione e la standardizzazione intorno ai processi creativi dell'innovazione



11

Interpretare i modelli di comportamento dei consumatori

12

Utilizzare una corretta terminologia aziendale nella realizzazione e presentazione di incarichi e progetti

13

Interpretare le informazioni esistenti su una destinazione turistica

14

Identificare gli impatti prodotti dall'attività turistica



15

Esplorare i vari sottosectori del turismo e come operano nelle destinazioni turistiche a livello globale

16

Utilizzare gli strumenti attualmente utilizzati per analizzare il traffico del sito web

17

Gestire il territorio turistico secondo i principi della sostenibilità

18

Gestire il turismo sostenibile come strumento di cooperazione allo sviluppo sociale, nel rispetto dell'identità sociale e culturale delle località ospitanti



06

Struttura e contenuti

Questo Executive Master è stato progettato in modo che i professionisti possano accedervi in qualsiasi momento dal proprio computer, tablet o cellulare. Senza lezioni con orari fissi, gli studenti sono liberi di distribuire il carico didattico in base alle loro esigenze e quindi di approfondire l'innovazione, la qualità, la gestione pubblica delle destinazioni turistiche o il comportamento dei consumatori.



“

*Il sistema di Relearning utilizzato da TECH
nei suoi programmi riduce le lunghe ore di studio
di studio così frequenti in altre metodologie"*

Piano di studi

Il Executive Master in Turismo Sostenibile di TECH Università Tecnologica è un programma intenso che prepara lo studente ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali. Il contenuto del programma è progettato per incoraggiare lo sviluppo di competenze manageriali che consentano di prendere decisioni più rigorose in ambienti incerti.

Nel corso delle 1500 ore di studio, analizzerai una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, che ti permetterà di ottenere un apprendimento contestuale che potrai applicare nella tua pratica quotidiana. Si tratta, dunque, di un apprendimento in contesti aziendali reali.

Questo programma universitario si occupa in modo approfondito delle principali aree legate al settore turistico, ed è stato ideato per specializzare professionisti che comprendano il turismo sostenibile da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano progettato per concentrarsi sulla progressione professionale e che prepara gli studenti a raggiungere l'eccellenza nel management e nella gestione aziendale nel campo del turismo. Un programma creato per rispondere alle esigenze del settore, che richiede personale altamente qualificato. Tutto questo attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze e supportati dalla migliore metodologia didattica, che fornirà agli studenti le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo Executive Master ha la durata di 12 mesi e si divide in 10 moduli:

Modulo 1	Pianificazione e Gestione di spazi turistici sostenibili
Modulo 2	Gestione del patrimonio culturale
Modulo 3	Fondamenti di marketing
Modulo 4	Struttura dei mercati turistici
Modulo 5	Pubblicità e comunicazione turistica interattiva
Modulo 6	Gestione della qualità e innovazione turistica
Modulo 7	Comportamento del consumatore
Modulo 8	Pubblicità e relazioni pubbliche
Modulo 9	Turismo e cooperazione allo sviluppo locale



Dove, quando e come si realizza?

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo Executive Master in Turismo Sostenibile completamente online. Durante i 12 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, chiave e decisiva
per potenziare la tua
crescita professionale e
dare una svolta definitiva.*

Modulo 1. Pianificazione e Gestione di spazi turistici sostenibili

1.1. Sistema turistico e scenari turistici

- 1.1.1. Sistema turistico
- 1.1.2. Territorialità del turismo
- 1.1.3. Gli scenari turistici più rilevanti

1.2. Politica turistica e sostenibilità

- 1.2.1. Strumenti di politica turistica
- 1.2.2. Piano generale del turismo e pianificazione
- 1.2.3. Sostenibilità nel settore turistico

1.3. Pianificazione strategica applicata al settore turistico

- 1.3.1. Analisi teorica della pianificazione strategica
- 1.3.2. Sviluppo del piano strategico per il turismo di destinazione
- 1.3.3. Schema e contenuto di un piano strategico
- 1.3.4. Fasi di sviluppo

1.4. Diagnosi, sviluppo e metodologia

- 1.4.1. Metodologia per lo sviluppo della diagnosi
- 1.4.2. Risorse e tipologia di risorse turistiche
- 1.4.3. Informazioni e analisi SWOT

1.5. Definizione del modello e delle strategie di sviluppo

- 1.5.1. Definizione degli obiettivi e del modello di sviluppo
- 1.5.2. Definizione di strategie e linee d'azione

Modulo 2. Gestione del patrimonio culturale

2.1. Introduzione al patrimonio culturale

2.2. Politiche di conservazione del patrimonio

2.3. Il patrimonio culturale come argomento turistico

2.4. Risorse turistiche, spazi e mercati

2.5. L'importanza della guida turistica e dell'interpretazione del patrimonio

Modulo 3. Fondamenti di marketing

3.1. Concetti di base

- 3.1.1. Introduzione
- 3.1.2. Concetti base del marketing
- 3.1.3. Fasi o approcci al marketing
- 3.1.4. Utilità, soddisfazione e qualità
- 3.1.5. Scambio, transazione e relazioni
- 3.1.6. Concetto e compiti della gestione commerciale
- 3.1.7. Strumenti di marketing

3.2. Il mercato

- 3.2.1. Concetto di mercato e ambiente
- 3.2.2. Classificazione del mercato
- 3.2.3. Il microambiente o ambiente specifico
- 3.2.4. Il macroambiente o ambiente generale
- 3.2.5. Il mercato e l'ambiente nel piano di marketing

3.3. Segmentazione e posizionamento

- 3.3.1. Motivazione e obiettivi della segmentazione
- 3.3.2. Criteri di segmentazione
- 3.3.3. Fasi del processo di segmentazione
- 3.3.4. Strategia aziendale e segmentazione
- 3.3.5. Il posizionamento

3.4. Sistemi informativi e ricerca commerciale

- 3.4.1. Concetti e applicazioni della ricerca commerciale
- 3.4.2. Fasi della ricerca commerciale
- 3.4.3. Fonti di informazione
- 3.4.4. Tipi di ricerca di mercato
- 3.4.5. Questionario e campionamento

3.5. Il comportamento del consumatore

- 3.5.1. Introduzione
- 3.5.2. Processo decisionale d'acquisto
- 3.5.3. Fattori interni

- 3.5.4. Fattori esterni
- 3.5.5. Tipi di acquisto
- 3.5.6. Risposta dei consumatori
- 3.5.7. Modellare il comportamento dei consumatori

Modulo 4. Struttura dei mercati turistici**4.1. Introduzione al turismo**

- 4.1.1. Concetto di turismo, origine ed evoluzione
- 4.1.2. Definizioni di turismo
- 4.1.3. Tipi di turismo
- 4.1.4. Ciclo di vita del prodotto turistico
- 4.1.5. Turismo Sostenibile

4.2. Il turismo nel tempo

- 4.2.1. Storia del turismo fino al XX secolo
- 4.2.2. Il turismo contemporaneo (XX e XXI secolo)

4.3. Pianificazione turistica

- 4.3.1. Processo di pianificazione dello spazio turistico
- 4.3.2. Strumenti di pianificazione del turismo: il Piano di Sviluppo Turistico (PST)
- 4.3.3. La sostenibilità come criterio per la pianificazione turistica

4.4. Economia turistica

- 4.4.1. Il processo di produzione del turismo
- 4.4.2. L'importanza degli effetti economici del turismo
- 4.4.3. Bilancia dei pagamenti turistici

4.5. Flussi turistici

- 4.5.1. Flussi turistici internazionali
- 4.5.3. Destinazioni turistiche e mercati di origine

4.6. Domanda turistica

- 4.6.1. Il calcolo della domanda turistica
- 4.6.2. Turismo in arrivo
- 4.6.3. Turismo in uscita
- 4.6.4. Fattori che condizionano la domanda turistica
- 4.6.5. Stagionalità della domanda
- 4.6.6. Tendenze nella domanda turistica

4.7. L'offerta turistica

- 4.7.1. Analisi dell'Offerta turistica
- 4.7.2. Offerta di risorse turistiche: naturali e culturali
- 4.7.3. L'offerta turistica in relazione alle innovazioni tecnologiche: nuovi modelli di business
- 4.7.4. Turismo sostenibile applicato all'Offerta Turistica

4.8. L'azienda turistica

- 4.8.1. Concetto di impresa turistica
- 4.8.2. Tipi di imprese turistiche
- 4.8.3. L'ambiente dell'azienda turistica

4.9. Introduzione ai principali sottosettori del turismo

- 4.9.1. Settore alberghiero
- 4.9.2. Settore alberghiero
- 4.9.3. Agenzie di Viaggio e Tour Operators
- 4.9.4. Trasporto aereo
- 4.9.5. Servizi complementari

4.10. Struttura dei mercati turistici

- 4.10.1. Struttura del Mercato mondiale del Turismo: la Globalizzazione
- 4.10.2. Struttura del mercato turistico internazionale

Modulo 5. Pubblicità e comunicazione turistica interattiva**5.1. Introduzione: panoramica di Internet**

- 5.1.1. La trasformazione dei modelli di business del turismo

5.2. Fondamenti di Marketing Digitale. Strategia online

- 5.2.1. Strategie di Marketing digitale per le aziende turistiche

5.3. Social media. Facebook. Twitter. Instagram**5.4. Strategia e gestione dei contenuti. Blogger. Wordpress. Medium. About.me****5.5. Metriche digitali. Analisi Web 2.0****5.6. Mobile e App****5.7. Pubblicità e media digitali****5.8. Motori di Ricerca. SEO. SEM. Google AdSense. Google AdWords****5.9. Comunicazione 2.0. Online Reputation. Community Management****5.10. E-mail marketing**

Modulo 6. Gestione della qualità e innovazione turistica

6.1. Gestione della Qualità nel Servizio

- 6.1.1. Qualità dei servizi
- 6.1.2. Caratteristiche e dimensioni della qualità del servizio
- 6.1.3. La qualità dal punto di vista dei clienti. Livelli di qualità

6.2. Gestione della Qualità Turistica

- 6.2.1. Fondamenti di Gestione della Qualità
- 6.2.2. Sistemi di gestione della qualità
- 6.2.3. La Qualità come strumento di Gestione
- 6.2.4. Sistemi di Gestione della Qualità
- 6.2.5. Sistemi di Gestione della Qualità Totale

6.3. Introduzione alla qualità: concetti ed evoluzione

- 6.3.1. Qualità del servizio nel settore turistico
- 6.3.2. Concetti di qualità
- 6.3.3. Evoluzione del concetto di qualità
- 6.3.4. Dimensioni e principi del concetto di qualità
- 6.3.5. Il processo di qualità per i clienti interni ed esterni

6.4. Principali teorie della Qualità

- 6.4.1. Teorie della Qualità applicate al settore turistico
- 6.4.2. Gestione della Qualità Totale (Deming)
- 6.4.3. Gestione della Qualità Totale (Juran)
- 6.4.4. Gestione della Qualità Totale (Crosby)
- 6.4.5. Gestione della Qualità Totale (Feigenbaum)
- 6.4.6. Gestione della Qualità Totale (Ishikawa)
- 6.4.7. Gestione della Qualità Totale (Taguchi)
- 6.4.8. Total Quality Management (TQM) applicato al settore del turismo

6.5. Costi di Qualità nelle imprese turistiche

- 6.5.1. Concetto e classificazione dei costi associati alla qualità
- 6.5.2. Costi derivanti dai fallimenti
- 6.5.3. Inversione delle attività preventive
- 6.5.4. Costi generati dal monitoraggio e dalle valutazioni
- 6.5.5. La curva dei costi totali associati alla qualità
- 6.5.6. L'importanza della gestione dei costi legati alla qualità nell'azienda turistica

6.6. Analisi, diagnosi, pianificazione e controllo della qualità nel turismo

- 6.6.1. Il processo del servizio turistico di qualità
- 6.6.2. Progettazione e implementazione di un sistema di qualità in un'azienda turistica
- 6.6.3. Fasi del processo di implementazione di un sistema di qualità

6.7. Processi per l'implementazione di un sistema di qualità e ambientale

- 6.7.1. Interpretazione della norma
- 6.7.2. Implementazione di processi e manuali di qualità
- 6.7.3. Strumenti di qualità
- 6.7.4. Piani di miglioramento
- 6.7.5. Audit interna ed esterna

6.8. Qualità turistica

- 6.8.1. Qualità nella politica turistica statale e regionale
- 6.8.4. Norme UNE e ISO nella qualità turistica
- 6.8.5. Standard internazionali di qualità turistica

6.9. Gestione della qualità nei servizi turistici

- 6.9.1. Qualità del servizio turistico e percezione del cliente
- 6.9.2. Tecniche per scoprire la soddisfazione del cliente
- 6.9.3. Gestione della Reputazione on-line di suggerimenti e reclami
- 6.9.4. Modello SERQUAL applicato all'impresa turistica
- 6.9.5. Modello HOTELQUAL

6.10. Innovazione nel settore turistico

- 6.10.1. Gestione dell'innovazione
- 6.10.2. Introduzione all'innovazione
- 6.10.3. Tipi di innovazione. Innovazione del processo di gestione
- 6.10.4. Gestione dell'innovazione: strategie
- 6.10.5. Standardizzazione in R&S&I

Modulo 7. Comportamento del consumatore**7.1. Comportamento del consumatore e marketing**

- 7.1.1. Marketing e comportamento del consumatore
- 7.1.2. Lo studio del comportamento del consumatore
- 7.1.3. Il concetto di comportamento del consumatore
- 7.1.4. Il consumatore
- 7.1.5. Il comportamento del consumatore e il marketing mix
- 7.1.6. Modelli del comportamento del consumatore

7.2. Fattori esterni

- 7.2.1. Fattori esterni: macroambiente e microambiente
- 7.2.2. Ambiente demografico
- 7.2.3. Contesto economico
- 7.2.4. Ambiente politico, legale, ambientale, tecnologico
- 7.2.5. Contesto sociale e culturale
- 7.2.6. Classi sociali
- 7.2.7. Gruppi sociali
- 7.2.8. La famiglia
- 7.2.9. Fattori circostanziali

7.3. Fattori interni

- 7.3.1. Bisogni, desideri e motivazioni
- 7.3.2. Percezioni
- 7.3.3. Esperienza e apprendimento
- 7.3.4. Memoria
- 7.3.5. Attitudini
- 7.3.6. Caratteristiche personali

7.4. Processo decisionale d'acquisto

- 7.4.1. Processo decisionale
- 7.4.2. Riconoscimento della necessità
- 7.4.3. Ricerca di informazioni
- 7.4.4. Il processo di valutazione di alternative

7.5. Decisioni di acquisto e comportamento post-acquisto

- 7.5.1. La decisione d'acquisto
- 7.5.2. La scelta del punto vendita e del marchio
- 7.5.3. Processi successivi all'acquisto
- 7.5.4. I fattori determinanti della soddisfazione/insoddisfazione

7.6. Marketing e comportamento del consumatore

- 7.6.1. Un nuovo scenario sociale per un nuovo consumatore
- 7.6.2. Tipi di comportamento di acquisto
- 7.6.3. Processo decisionale d'acquisto
- 7.6.4. Livello di coinvolgimento dei consumatori
- 7.6.5. Shopping
- 7.6.6. Acquisto d'impulso e shopping compulsivo
- 7.6.7. Il consumatore online
- 7.6.8. Consumismo e protezione dei consumatori

Modulo 8. Pubblicità e relazioni pubbliche

<p>8.1. Pubblicità e Relazioni Pubbliche: basi concettuali</p> <p>8.1.1. Che cos'è la comunicazione persuasiva?</p> <p>8.1.2. Concetto e dimensioni della pubblicità e delle relazioni pubbliche</p>	<p>8.2. Approccio storico al fenomeno della pubblicità e delle relazioni pubbliche</p> <p>8.2.1. Nuove tendenze pubblicitarie attuali. Ambiti di applicazione Relazioni Pubbliche</p> <p>8.2.2. Sponsorizzazione, Mecenatismo, <i>Lobbying</i>, <i>Publicity</i></p>	<p>8.3. Fondamenti del sistema e del processo pubblicitario</p> <p>8.3.1. Il mittente nella pubblicità: l'inserzionista e l'agenzia pubblicitaria</p> <p>8.3.2. Caratteristiche generali del processo</p>	<p>8.4. Il messaggio pubblicitario</p> <p>8.4.1. Messaggi pubblicitari nei media convenzionali</p>
<p>8.5. Il canale in pubblicità: media, supporti e forme pubblicitarie</p> <p>8.5.1. Supporti convenzionali e <i>below the line</i></p>	<p>8.6. Il destinatario della pubblicità: il pubblico di riferimento</p> <p>8.6.1. Comportamento del consumatore: fattori condizionanti</p>	<p>8.7. Fondamenti del processo pubblicitario</p> <p>8.7.1. Pianificazione strategica della pubblicità</p> <p>8.7.2. Fase preliminare: <i>briefing</i> e obiettivi pubblicitari</p> <p>8.7.3. La strategia creativa. Strategia mediatica</p>	<p>8.8. Fondamenti del sistema e del processo delle relazioni pubbliche</p> <p>8.8.1. Il mittente nella relazioni pubbliche</p> <p>8.8.2. Le relazioni pubbliche nelle Organizzazioni</p> <p>8.8.3. La società di pubbliche relazioni</p>
<p>8.9. Il messaggio nelle relazioni pubbliche</p> <p>8.9.1. La redazione nelle relazioni pubbliche</p> <p>8.9.2. L'espressione orale nella relazioni pubbliche</p>	<p>8.10. Il canale delle relazioni pubbliche</p> <p>8.10.1. Media personali e di massa</p> <p>8.10.2. Il destinatario nelle relazioni pubbliche</p> <p>8.10.3. Pubblico strategico delle relazioni pubbliche</p>		

Modulo 9. Turismo e cooperazione allo sviluppo locale

9.1. Approccio al problema dello Sviluppo

- 9.1.1. Concetti di base
- 9.1.2. Povertà e sviluppo
- 9.1.3. Tipi di Turismo e sostenibilità
- 9.1.4. Squilibri Nord/Sud. Concetto di sviluppo
- 9.1.5. Obiettivi di Sviluppo del Millennio (OSM). Diritti umani

9.2. Aiuti, attori e quadro giuridico della cooperazione internazionale allo sviluppo

- 9.2.1. Evoluzione storica della cooperazione internazionale allo sviluppo
- 9.2.2. Introduzione alla Cooperazione Internazionale allo Sviluppo
- 9.2.3. Breve storia dei sistemi di cooperazione allo sviluppo

9.4. Il turismo, uno strumento di cooperazione internazionale

- 9.4.1. Il ruolo delle donne nelle politiche di cooperazione internazionale
- 9.4.2. I diritti delle donne e la loro integrazione nelle politiche di cooperazione dell'AECID
- 9.4.3. Differenze e analogie tra MED e GED
- 9.4.4. Conferenze mondiali delle donne

9.5. Gestione nel settore non profit

- 9.5.1. La crescita del settore non profit e del partenariato su scala globale
- 9.5.2. Il settore non profit e le sue organizzazioni: classificazione
- 9.5.3. La gestione delle organizzazioni non profit come cooperazione per lo sviluppo turistico locale

9.6. Pianificazione strategica nelle organizzazioni non profit

- 9.6.1. Concettualizzazione
- 9.6.2. Pianificazione strategica passo dopo passo

9.7. L'impatto delle partnership sulla società

- 9.7.1. Contributi alla qualità della vita e alla governance dei paesi
- 9.7.2. Conseguenze negative dell'azione del terzo settore
- 9.7.3. Collaborazione nel settore non profit

9.8. L'ecoturismo come strategia di cooperazione allo sviluppo locale

- 9.8.1. Le origini dell'ecoturismo
- 9.8.2. Elementi che compongono l'ecoturismo
- 9.8.3. Aspetti economici legati all'ecoturismo
- 9.8.4. Coinvolgimento della popolazione locale

9.9. Pianificazione ecoturistica

- 9.9.1. Disegno di un progetto
- 9.9.2. Marketing ecoturistico
- 9.9.3. Canali di distribuzione
- 9.9.4. Responsabilità dell'ecoturista

9.10. Casi di Studio

- 9.10.1. Turismo etnico di comunità: un caso di studio a Chiang Rai
- 9.10.2. Sviluppo della comunità verso un turismo sostenibile
- 9.10.3. Turismo in Thailandia: approcci e politiche basate sulla comunità
- 9.10.4. Integrare lo sviluppo di politiche sociali da parte della comunità locale
- 9.10.5. Sviluppo dei Piani locali: problemi e vantaggi della partecipazione locale

07

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiale di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



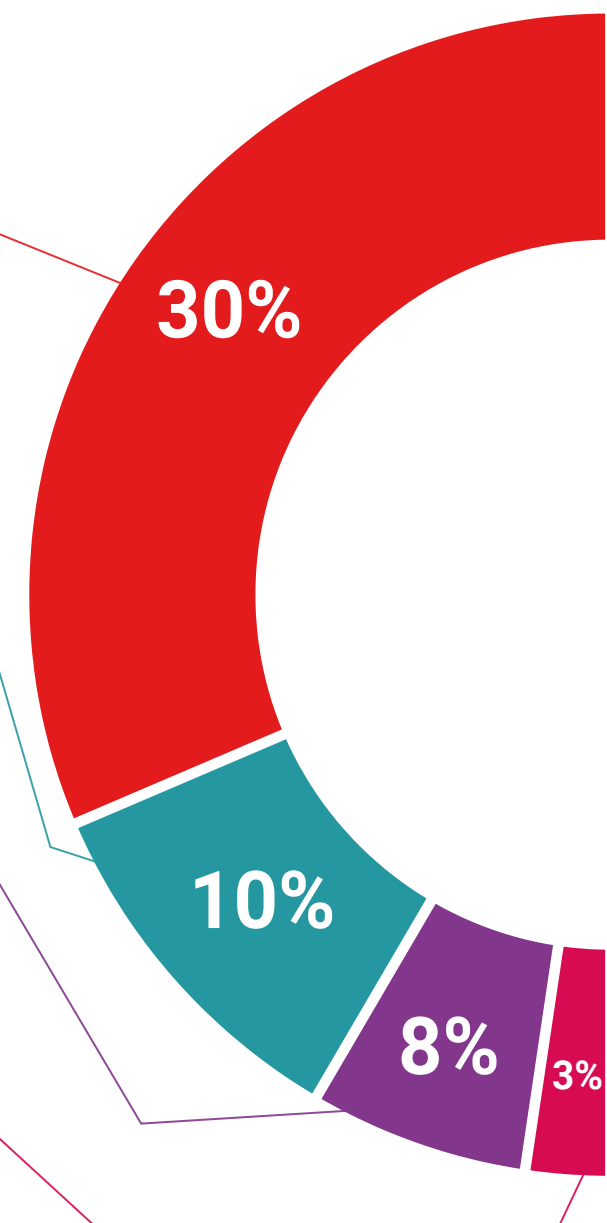
Stage di competenze manageriali

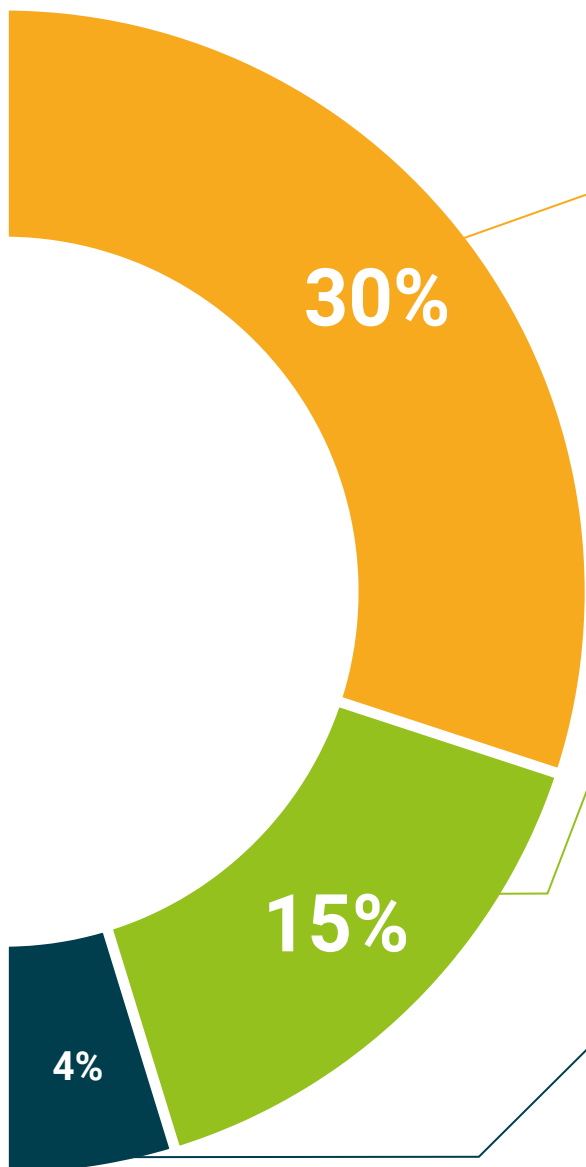
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



08

Profilo dei nostri studenti

Il Executive Master in Turismo Sostenibile è un programma rivolto a persone con studi universitari, che vogliono trasformare la loro carriera e orientarla verso la gestione di aziende del settore turistico e che hanno come filosofia principale il rispetto dell'ambiente.

La diversità dei partecipanti con diversi profili accademici e di diverse nazionalità costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.





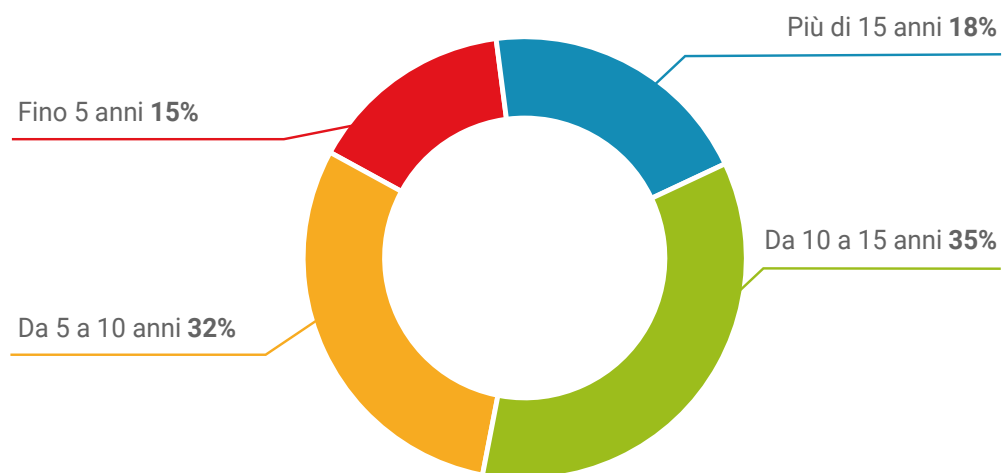
“

Partecipando a questo programma potrai ampliare le tue competenze e abilità nel marketing digitale orientato al settore del turismo sostenibile"

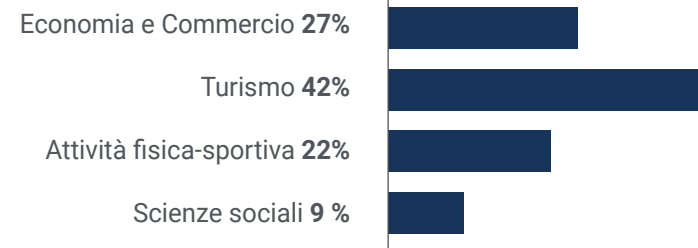
Età media

Da **35** e **45** anni

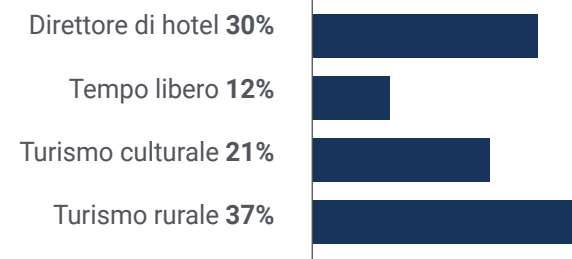
Anni di esperienza



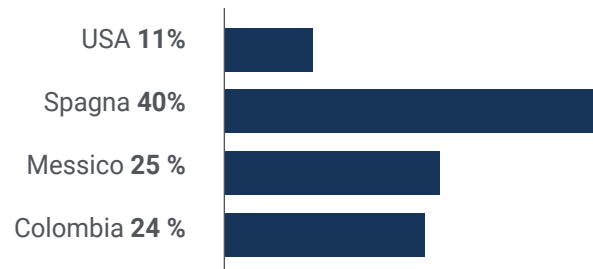
Formazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Mónica Pérez

Direttrice di un hotel sostenibile

"Pur essendo un autodidatta, da tempo pensavo di seguire un programma di specializzazione in questo campo, per ottenere conoscenze aggiornate e potermi distinguere dal resto dei professionisti del settore. Per fortuna, ho scoperto questo Executive Master in Turismo Sostenibile di TECH, che mi è stato molto utile e ha allargato i miei orizzonti professionali"

09

Impatto sulla tua carriera

Studiare un programma con queste caratteristiche è un investimento che ti farà crescere professionalmente e personalmente. Per questo, TECH fornisce i contenuti più aggiornati applicando i più recenti strumenti tecnologici accademici. In modo visivo, accattivante e con un sistema agile, gli studenti raggiungeranno i loro obiettivi e saranno in grado di migliorare le competenze e le abilità necessarie per ottenere il cambiamento che stanno cercando.



“

TECH mette a disposizione tutti gli strumenti didattici per aiutarti a raggiungere i tuoi obiettivi professionali”

*Fai il salto
professionale che
desideri aumentando
le tue conoscenze
in materia di
cooperazione locale e
gestione della qualità.*

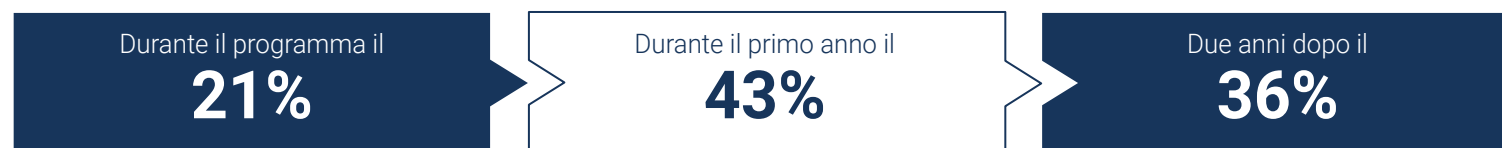
Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

Il Executive Master in Turismo Sostenibile di TECH è un programma intensivo che prepara ad affrontare sfide e a prendere decisioni aziendali nell'ambito del settore turistico. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutandoti a raggiungere il successo.

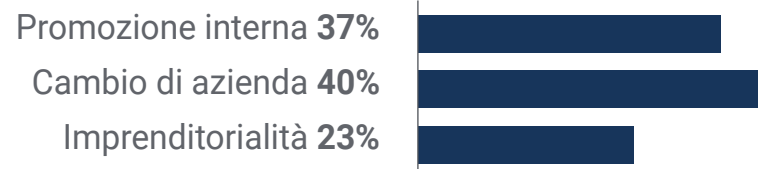
Se vuoi migliorare te stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete di contatti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

*Se vuoi raggiungere il
successo professionale,
questo programma ti
fornisce una perfetta
comprensione dei diversi
modelli di comportamento
dei consumatori.*

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **25,22%**



10

Benefici per la tua azienda

Il Executive Master in Turismo Sostenibile aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la specializzazione di leader di alto livello. È un programma che prepara gli studenti a raggiungere l'élite professionale attraverso una qualifica superiore. Inoltre, frequentare questo corso è un'opportunità unica per avere accesso a una potente rete di contatti dove si possono trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.



“

Dopo aver studiato con TECH otterrai una visione globale della tua professione che ti permetterà di proporre strategie più innovative e di successo nel settore del turismo sostenibile"

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Conferirai all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il manager e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà a contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Potrai lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della tua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai nostri studenti le competenze per affrontare nuove sfide e portare avanti l'organizzazione.

11

Titolo

Il Master Privato in Turismo Sostenibile, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Executive Master rilasciata da TECH Università Tecnologica



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Executive Master in Turismo Sostenibile** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Executive Master, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Executive Master in Turismo Sostenibile**

N. Ore Ufficiali: **1.500 O.**

Tipo di insegnamento	Ore
Obbligatorio (OB)	1.500
Opzionale (OP)	0
Tirocinio Esterno (TE)	0
Tesi di Master (TM)	0
Totale	1.500

Distribuzione generale del Programma			
Corso	Insegnamento	Ore	Codice
1°	Pianificazione e Gestione di spazi turistici sostenibili	140	OB
1°	Gestione del patrimonio culturale	140	OB
1°	Fondamenti di marketing	140	OB
1°	Struttura dei mercati turistici	180	OB
1°	Pubblicità e comunicazione turistica interattiva	180	OB
1°	Gestione della qualità e innovazione turistica	180	OB
1°	Comportamento del consumatore	180	OB
1°	Pubblicità e relazioni pubbliche	180	OB
1°	Turismo e cooperazione allo sviluppo locale	180	OB

*Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Executive Master Turismo Sostenibile

- » Modalità: **online**
- » Durata: **12 mesi**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Executive Master Turismo Sostenibile

