

Executive Mastère Tourisme Durable

M T D



Executive Mastère Tourisme Durable

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: des professionnels ayant une expérience avérée dans le secteur

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-tourisme-durable

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 20

06

Structure et contenu

page 26

07

Méthodologie

page 38

08

Profil de nos étudiants

page 46

09

Impact sur votre carrière

page 50

10

Bénéfices pour votre entreprise

page 54

11

Diplôme

page 58

01 Accueil

Dans une société plus soucieuse de l'environnement, le produit touristique durable et la qualité du service sont de plus en plus appréciés par différents types de consommateurs. La création d'entreprises basées sur ce concept est en hausse, il faut donc des professionnels plus spécialisés, dotés d'un leadership distinctif, prêts à s'éloigner du tourisme de masse et à se rapprocher encore plus d'autres manières de comprendre le voyage et de profiter du local, prospérant dans un secteur en plein essor. Ce programme 100% en ligne a été créé dans le but de fournir aux professionnels des connaissances spécialisées et différenciées sur les changements qui ont lieu dans le domaine du tourisme, notamment le marketing ciblé, la gestion du Patrimoine Culturel et l'innovation touristique. Tout cela dans un format flexible, qui permet aux cadres de combiner leurs responsabilités professionnelles avec une éducation à la pointe du monde universitaire.



Mastère Spécialisé en Tourisme Durable
TECH Université Technologique



“

Le secteur du tourisme a besoin de professionnels très engagés en faveur de l'environnement et, pour cette raison, TECH vous offre les informations nécessaires sur le nouveau modèle de tourisme durable"

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"Microsoft Europe Success Story" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode Relearning (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique”

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

Ce Mastère Spécialisé fournit aux étudiants les informations les plus récentes sur le tourisme durable, la mise en œuvre de la stratégie d'écotourisme et les différents outils marketing utilisés avec succès dans ce secteur. Tout cela sera possible grâce au contenu multimédia basé sur des résumés vidéo, des vidéos en détail ou des diagrammes interactifs qui composent ce diplôme.



“

Vous obtiendrez les connaissances actualisées dont vous avez besoin pour transformer une entreprise de tourisme traditionnelle en une entreprise basée sur le tourisme durable”

**TECH prend en compte les objectifs de ses étudiants.
Ils travaillent ensemble pour les atteindre.**

Le **Mastère Spécialisé en Tourisme Durable** permettra à l'étudiant de:

01

Connaître les différents types d'espaces et de destinations touristiques, leur valorisation et les facteurs de conditionnement

04

Comprendre les types de consommateurs et les types de destinations internationales

02

Découvrir les facteurs conditionnants qui doivent être imposés pour le développement durable du tourisme

05

Connaître l'évolution des principales destinations touristiques internationales

03

Comprendre le fonctionnement général de la structure du tourisme mondial

06

Connaître les principales actions liées à la planification du tourisme contenues dans les plans publics



07

Connaître les principales initiatives de mise en valeur du patrimoine culturel

08

Connaître et utiliser l'orientation marketing ou consommateur dans le processus décisionnel de l'entreprise touristique

09

Comprendre l'importance de la fidélité des clients dans les produits touristiques et le marketing relationnel

10

Comprendre les concepts de base du tourisme en relation avec l'histoire, l'économie, la culture, la société et la durabilité

11

Comprendre l'évolution du tourisme dans les différents scénarios où il se développe et dans le contexte actuel

12

Étudier la structure des marchés du tourisme et leurs conséquences sociales, économiques et environnementales

13

Identifier les outils actuellement utilisés pour analyser le trafic des pages web



14

Apprendre les concepts de base des systèmes et des processus de la communication publicitaire et des relations publiques, en les délimitant par rapport à d'autres domaines universitaires et professionnels connexes

15

Développer les compétences nécessaires à la pratique professionnelle, principalement en mettant en place des mécanismes de valorisation de la créativité, de la curiosité intellectuelle, de la responsabilité et du respect de la dignité humaine

16

Connaître le secteur non lucratif et son fonctionnement dans le cadre du développement local des communautés, en étant des entités collaboratrices ou des précurseurs d'activités de tourisme durable

17

Connaître les apports de l'écotourisme en tant qu'élément de cohésion entre la population et le développement local, gérer des projets de tourisme durable et travailler dans différents environnements socioculturels



05

Compétences

Ce programme universitaire a été conçu avec pour principal objectif de renforcer les compétences de leadership des professionnels du secteur du tourisme dans le domaine du tourisme durable ou dont l'objectif est de lancer leur propre projet. À cette fin, il dispose de tous les outils disponibles proposés par TECH, ainsi que d'études de cas pratiques qui vous rapprocheront de la réalité actuelle de l'industrie du tourisme.



“

Grâce à ce programme 100% en ligne, vous pourrez vous informer sur les derniers développements en matière de planification de l'écotourisme"

01

Appliquer les contenus des Relations Publiques au tourisme par une pensée critique et une réflexion basée sur l'analyse des contenus et des études de cas spécifiques

02

Projeter les connaissances, les compétences et les capacités acquises pour promouvoir une société fondée sur les valeurs de liberté, de justice, d'égalité et de pluralisme

03

Effectuer une analyse SWOT adéquate

04

Reconnaître les profils psychographiques des individus dans leur comportement de consommateurs de loisirs et de tourisme

05

Comprendre le processus de décision d'achat et les facteurs qui l'influencent



06

Analyser les impacts générés par l'activité touristique

08

Identifier et gérer les sites et destinations touristiques



09

Analyser la normalisation internationale: initiatives de normalisation internationale et principales parties prenantes

07

Diriger et gérer les différents types d'entités touristiques

10

Analyser les modèles d'innovation et la normalisation autour des processus d'innovation créative

11

Interpréter les modèles de comportement des consommateurs

14

Identifier les impacts produits par l'activité touristique

12

Utiliser une terminologie commerciale correcte dans la réalisation et la présentation des travaux et des projets

13

Interpréter les informations existantes sur une destination touristique



15

Explorer les différents sous-secteurs du tourisme et leur fonctionnement dans les destinations touristiques du monde entier

16

Utilisation des outils actuels pour analyser le trafic web

17

Gérer le territoire touristique selon les principes de la durabilité

18

Gérer le tourisme durable comme un instrument de coopération au développement social tout en respectant l'identité sociale et culturelle des localités d'accueil



06

Structure et contenu

Ce Mastère Spécialisé est conçu pour que les professionnels puissent y accéder quand ils le souhaitent depuis leur ordinateur, leur tablette ou leur téléphone portable. Sans horaires fixes, les étudiants sont libres de répartir la charge de cours en fonction de leurs besoins et d'approfondir ainsi l'innovation, la qualité, la gestion publique des destinations touristiques ou le comportement des consommateurs.



“

Le système Relearning utilisé par TECH dans ses degrés, réduit les longues heures d'étude si fréquentes dans les autres méthodologies"

Programme d'études

Le Mastère Spécialisé en Tourisme Durable de TECH Universidad Tecnológica est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever des défis et à prendre des décisions commerciales. Le contenu de ce programme est conçu pour favoriser le développement de compétences de direction permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Au cours des 1.500 heures d'étude, vous les étudiants analyserez une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, qui vous aideront vous réalisant ainsi un apprentissage Contextuels qui sera d'une grande utilité dans votre travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce cours universitaire traite en profondeur de différents domaines liés au secteur du tourisme et est destiné à spécialiser des professionnels qui comprennent le tourisme durable d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour se concentrer sur la progression professionnelle et qui prépare les étudiants à atteindre l'excellence dans la gestion des affaires et la gestion dans le domaine du tourisme. Un programme qui a été créé pour répondre aux besoins du secteur, qui nécessite un personnel hautement qualifié. Tout cela grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative, qui fournira aux étudiants les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce Mastère Spécialisé est développé sur 12 mois et est divisé en 10 modules:

Module 1. Aménagement et Gestion des espaces de tourisme durable

Module 2. Gestion du patrimoine culturel

Module 3. Principes fondamentaux du marketing

Module 4. Structure des marchés du tourisme

Module 5. Publicité et communication touristiques interactives

Module 6. Gestion de la qualité et innovation dans le tourisme

Module 7. Comportement des consommateurs

Module 8. Publicité et relations publiques

Module 9. Tourisme et coopération au développement local



Où, quand et comment l'enseignement est dispensé?

TECH offre la possibilité de développer ce Mastère Spécialisé en Tourisme Durable entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

*Une expérience
éducative unique, clé et
décisive pour stimuler
votre développement
professionnel.*

Module 1. Aménagement et gestion des espaces de tourisme durable

1.1. Système touristique et scénarios touristiques

- 1.1.1. Système touristique
- 1.1.2. Territorialité du tourisme
- 1.1.3. Les scénarios touristiques les plus pertinents

1.2. Politique du tourisme et durabilité

- 1.2.1. Instruments de la politique touristique
- 1.2.2. Plan général du tourisme et planification
- 1.2.3. La durabilité dans le secteur du tourisme

1.3. Planification Stratégique appliquée au secteur du tourisme

- 1.3.1. Analyse théorique de la planification stratégique
- 1.3.2. Développement du Plan Stratégique du tourisme de destination
- 1.3.3. Schéma et contenu d'un plan Stratégique
- 1.3.4. Phases de développement

1.4. Diagnostic, développement et méthodologie

- 1.4.1. Méthodologie pour l'élaboration du diagnostic
- 1.4.2. Ressources et typologie des ressources touristiques
- 1.4.3. Informations et analyse SWOT

1.5. Définition du modèle et des stratégies de développement

- 1.5.1. Définition des objectifs et du modèle de développement
- 1.5.2. Définition des stratégies et des lignes d'action

Module 2. Gestion du patrimoine culturel

2.1. Introduction au patrimoine culturel

2.2. Politiques de conservation du patrimoine

2.3. Le patrimoine culturel comme argument touristique

2.4. Ressources, espaces et marchés touristiques

2.5. L'importance du guide touristique et de l'interprétation du patrimoine

Module 3. Principes fondamentaux du marketing**3.1. Concepts de base**

- 3.1.1. Introduction
- 3.1.2. Concepts bases du marketing
- 3.1.3. Étapes ou approches de la commercialisation
- 3.1.4. Utilité, satisfaction et qualité
- 3.1.5. Échanges, transactions et relations
- 3.1.6. Concept et tâches de la gestion commerciale
- 3.1.7. Instruments de marketing

3.2. Le marché

- 3.2.1. Concept et environnement du marché
- 3.2.2. Classification du marché
- 3.2.3. Le micro-environnement ou environnement spécifique
- 3.2.4. Le macro-environnement ou environnement général
- 3.2.5. Le marché et l'environnement dans le plan de marketing

3.3. Segmentation et positionnement

- 3.3.1. Principes fondamentaux et objectifs de la segmentation
- 3.3.2. Critères de segmentation
- 3.3.3. Les étapes du processus de segmentation
- 3.3.4. Stratégie commerciale et segmentation
- 3.3.5. Positionnement

3.4. Système de recherche et d'information commerciale

- 3.4.1. Concepts et applications de la recherche commerciale
- 3.4.2. Les étapes de la recherche commerciale
- 3.4.3. Sources d'information
- 3.4.4. Types d'études de marché
- 3.4.5. Questionnaire et échantillonnage

3.5. Comportement des consommateurs

- 3.5.1. Introduction
- 3.5.2. Processus de décision d'achat
- 3.5.3. Facteurs internes
- 3.5.4. Facteurs externes
- 3.5.5. Types d'achats
- 3.5.6. Réponse des consommateurs
- 3.5.7. Modélisation du comportement des consommateurs

Module 4. Structure des marchés du tourisme

4.1. Introduction au tourisme

- 4.1.1. Concept de Tourisme, origine et évolution
- 4.1.2. Définitions du Tourisme
- 4.1.3. Types de tourisme
- 4.1.4. Cycle de vie du produit touristique
- 4.1.5. Tourisme Durable

4.2. Le tourisme au fil du temps

- 4.2.1. Histoire du tourisme jusqu'au 20ème siècle
- 4.2.2. Tourisme contemporain (20e et 21e siècle)

4.3. Planification du tourisme

- 4.3.1. Le processus d'aménagement de l'espace touristique
- 4.3.2. Instruments de planification du tourisme: le plan de développement du Tourisme (PDT)
- 4.3.3. La durabilité comme critère de planification du Tourisme

4.4. Économie du tourisme

- 4.4.1. Le processus de production du tourisme
- 4.4.2. L'importance des effets économiques du tourisme
- 4.4.3. Balance des paiements du tourisme

4.5. Flux touristiques

- 4.5.1. Flux touristiques internationaux
- 4.5.2. Destinations touristiques et marchés sources

4.6. Demande Touristique

- 4.6.1. Calcul de la Demande Touristique
- 4.6.2. Tourisme Entrant
- 4.6.3. Tourisme Émetteur
- 4.6.4. Facteurs conditionnant la demande touristique
- 4.6.5. Saisonnalité de la Demande
- 4.6.6. Tendances de la Demande touristique

4.7. Offre touristique

- 4.7.1. Analyse de l'offre touristique
- 4.7.2. Offre de ressources touristiques: naturelles et culturelles
- 4.7.3. L'offre touristique face aux innovations technologiques: nouveaux modèles d'affaires et nouveaux produits touristiques
- 4.7.4. Le tourisme durable appliqué à l'Offre Touristique

4.8. La société de tourisme

- 4.8.1. Concept d'entreprise touristique
- 4.8.2. Types d'entreprises touristiques
- 4.8.3. L'environnement de l'Entreprise touristique

4.9. Introduction aux principaux sous-secteurs du tourisme

- 4.9.1. Secteur Hôtelier
- 4.9.2. Secteur de la Restauration
- 4.9.3. Agences de Voyages et Tour-opérateurs
- 4.9.4. Transport Aérien
- 4.9.5. Services complémentaires

4.10. Structure du Marché du tourisme

- 4.10.1. Structure du Marché Mondial du tourisme: la Mondialisation
- 4.10.2. Structure du Marché du tourisme internationale

Module 5. Publicité et communication touristiques interactives

5.1. Introduction: Aperçu de l'Internet 5.1.1. La transformation des modèles économiques du tourisme	5.2. Principes fondamentaux du Marketing Digital. Stratégie numérique 5.2.1. Stratégies de Marketing numérique pour l'entreprise de tourisme	5.3. Médias et réseaux sociaux. Facebook. Twitter. Instagram	5.4. Stratégie et gestion du contenu. Blogger. Wordpress. Medium. About.me
5.5. Métriques digitales. Analyses Web 2.0	5.6. Mobile et App	5.7. Publicité et médias numériques	5.8. Moteurs de recherche. SEO SEM Google AdSense. Google AdWords
5.9. Communication 2.0. Réputation en Ligne. Community Management	5.10. E-mail marketing		

Module 6. Gestion de la qualité et innovation dans le tourisme

6.1. Gestion de Qualité des les Services

- 6.1.1. Qualité des services
- 6.1.2. Caractéristiques et dimensions de la qualité de service
- 6.1.3. La qualité du point de vue des clients. Niveaux de qualité

6.2. Gestion de la Qualité du Tourisme

- 6.2.1. Concepts de base de la Gestion de la Qualité
- 6.2.2. Systèmes de gestion de la qualité
- 6.2.3. La Qualité comme outil de Gestion
- 6.2.4. Systèmes de Gestion de la Qualité
- 6.2.5. Systèmes de Gestion de la Qualité Totale

6.3. Introduction à la Qualité: concepts et évolution

- 6.3.1. La qualité des services dans le secteur du tourisme
- 6.3.2. Concepts de Qualité
- 6.3.3. Évolution du concept de qualité
- 6.3.4. Dimensions et principes du concept de qualité
- 6.3.5. La démarche qualité chez les clients internes et externes

6.4. Principales théories de la Qualité

- 6.4.1. Théories de la Qualité appliquées au secteur du tourisme
- 6.4.2. Gestion de la Qualité Totale (Deming)
- 6.4.3. Gestion de la Qualité Totale (Juran)
- 6.4.4. Gestion de la Qualité Totale (Crosby)
- 6.4.5. Gestion de la Qualité Totale (Feigenbaum)
- 6.4.6. Gestion de la Qualité Totale (Ishikawa)
- 6.4.7. Gestion de la Qualité Totale (Taguchi)
- 6.4.8. La gestion de la Qualité Totale (TQM) appliquée au secteur du tourisme

6.5. Coûts de la Qualité dans les entreprises touristiques

- 6.5.1. Concept et classification des coûts associés à la qualité
- 6.5.2. Coûts dérivés des échecs
- 6.5.3. Investissement dans les activités de prévention
- 6.5.4. Coûts générés par le suivi et les évaluations
- 6.5.5. La courbe des coûts totaux associés à la qualité
- 6.5.6. L'importance de la gestion des coûts de la qualité dans l'entreprise touristique

6.6. Analyse, diagnostic, planification et contrôle de la qualité dans le tourisme

- 6.6.1. Le processus d'un service touristique de qualité
- 6.6.2. Conception et mise en œuvre d'un Système de Qualité dans l'entreprise de tourisme
- 6.6.3. Phases du processus de mise en œuvre d'un Système Qualité

6.7. Processus de mise en œuvre d'un système qualité et environnemental

- 6.7.1. Interprétation de la Norme
- 6.7.2. Mise en œuvre des processus et des manuels de qualité
- 6.7.3. Outils de qualité
- 6.7.4. Plan d'amélioration
- 6.7.5. Audit interne et externe

6.8. Qualité touristique

- 6.8.1. Qualité de la politique touristique nationale et régionale
- 6.8.4. Normes UNE et ISO en matière de Qualité du tourisme
- 6.8.5. Normes internationales de Qualité du tourisme.

6.9. Gestion de la qualité dans les services touristiques

- 6.9.1. Qualité des services touristiques et perception des clients
- 6.9.2. Techniques pour connaître la satisfaction du client
- 6.9.3. Gestion de la Réputation en ligne des suggestions et des plaintes
- 6.9.4. Le modèle SERQUAL appliqué à l'entreprise de tourisme
- 6.9.5. Modèle HOTELQUAL

6.10. L'innovation dans le secteur du tourisme

- 6.10.1. Gestion de l'innovation
- 6.10.1. Introduction à l'innovation
- 6.10.3. Types d'innovation. Innovation dans les processus de gestion
- 6.10.4. Gestion de l'innovation: stratégies
- 6.10.5. La normalisation dans la R&D&I

Module 7. Comportement des consommateurs**7.1. Comportement des consommateurs et marketing**

- 7.1.1. Marketing et comportement du consommateur
- 7.1.2. L'étude du comportement du consommateur
- 7.1.3. Le concept de comportement du consommateur
- 7.1.4. Le consommateur
- 7.1.5. Le comportement des consommateurs et le marketing mix
- 7.1.6. Modèles de comportement des consommateurs

7.2. Facteurs externes

- 7.2.1. Facteurs externes: macro-environnement vs. micro-environnement
- 7.2.2. Environnement démographique
- 7.2.3. Environnement économique
- 7.2.4. Environnement politique, juridique, environnemental et technologique
- 7.2.5. Environnement social et culturel
- 7.2.6. Les classes sociales
- 7.2.7. Groupes sociaux
- 7.2.8. La famille
- 7.2.9. Facteurs situationnels

7.3. Facteurs internes

- 7.3.1. Besoins, désirs et motivations
- 7.3.2. Perceptions
- 7.3.3. Expérience et apprentissage
- 7.3.4. Mémoire
- 7.3.5. Attitudes
- 7.3.6. Caractéristiques personnelles

7.4. Processus de décision d'achat

- 7.4.1. Processus de décision
- 7.4.2. Reconnaissance de la nécessité
- 7.4.3. La recherche d'informations
- 7.4.4. Le processus d'évaluation des alternatives

7.5. Décisions d'achat et comportement post-achat

- 7.5.1. La décision d'achat
- 7.5.2. Le choix du point de vente et de la marque
- 7.5.3. Processus post-achat
- 7.5.4. Les déterminants de la satisfaction/insatisfaction

7.6. Tendances du comportement des consommateurs

- 7.6.1. Un nouveau scénario social pour un nouveau consommateur
- 7.6.2. Types de comportement d'achat
- 7.6.3. Styles de décision d'achat
- 7.6.4. Niveau de participation des consommateurs
- 7.6.5. Faire du shopping ou "aller dans les magasins"
- 7.6.6. Achats impulsifs et impulsifs
- 7.6.7. Le consommateur en ligne
- 7.6.8. Le consumérisme et la protection des consommateurs

Module 8. Publicité et relations publiques

8.1. Publicité et Relations Publiques: fondements conceptuels

- 8.1.1. Qu'est-ce que la communication persuasive?
- 8.1.2. Concept et dimensions de la publicité et des relations publiques

8.2. Approche historique du phénomène de la publicité et des relations publiques

- 8.2.1. Nouvelles tendances publicitaires actuelles. Domaines d'application actuels de la RP
- 8.2.2. Parrainage, Mécénat, *Lobbing*, *Publicity*

8.3. Les bases du système et du processus de publicité

- 8.3.1. L'expéditeur dans la publicité: l'annonceur et l'agence de publicité
- 8.3.2. Caractéristiques générales du processus

8.4. Le message dans la publicité

- 8.4.1. Messages publicitaires dans les médias conventionnels

8.5. Le canal dans la publicité: médias, supports et formes publicitaires

- 8.5.1. Médias conventionnels et *below the line*

8.6. Le récepteur dans la publicité: le public cible

- 8.6.1. Comportement des consommateurs: facteurs de conditionnement

8.7. Principes fondamentaux du processus publicitaire

- 8.7.1. Planification stratégique de la publicité
- 8.7.2. Phase préliminaire: *briefing* et objectifs publicitaires
- 8.7.3. La stratégie créative. La stratégie médiatique

8.8. Principes fondamentaux du système et du processus des relations publiques

- 8.8.1. L'expéditeur dans les relations publiques
- 8.8.2. Les relations publiques dans les Organisations
- 8.8.3. La société de relations publiques

8.9. Le message dans les relations publiques

- 8.9.1. Le libellé dans les relations publiques
- 8.9.2. L'expression orale dans les relations publiques

8.10. La chaîne des relations publiques

- 8.10.1. Médias personnels et de masse
- 8.10.1. Le récepteur en relations publiques
- 8.10.2. Audiences stratégiques en matière de relations publiques

Module 9. Tourisme et coopération au développement local**9.1. Approche du problème du développement**

- 9.1.1. Concepts de base
- 9.1.2. Pauvreté et développement
- 9.1.3. Types de Tourisme et durabilité
- 9.1.4. Déséquilibres Nord/ Sud. Concept de développement
- 9.1.5. Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD). Droits de l'homme

9.2. L'aide, les acteurs et le cadre juridique de la Coopération Internationale au Développement

- 9.2.1. Évolution historique de la coopération internationale au développement
- 9.2.2. Introduction à la Coopération internationale au développement
- 9.2.3. Une brève histoire des systèmes de coopération au développement

9.3. Le tourisme, un outil de coopération internationale

- 9.3.1. Le rôle des femmes dans les politiques de coopération internationale
- 9.3.2. Les droits des femmes et leur intégration dans les politiques de coopération de l'AECID
- 9.3.3. Différences et similitudes entre le MED et le GED
- 9.3.4. Conférences mondiales des femmes

9.4. Gestion dans le secteur non lucratif

- 9.4.1. La croissance du secteur non lucratif et du partenariat à l'échelle mondiale
- 9.4.2. Le secteur non lucratif et ses organisations: classification
- 9.4.3. La gestion des organisations à but non lucratif comme coopération pour le développement du tourisme local

9.5. La planification stratégique dans les organisations à but non lucratif

- 9.5.1. Conceptualisation
- 9.5.2. La planification stratégique étape par étape

9.6. L'impact des partenariats sur la société

- 9.6.1. Contributions à la qualité de vie et à la gouvernance des pays
- 9.6.2. Conséquences négatives de l'action du troisième secteur
- 9.6.3. Collaboration dans le secteur non lucratif

9.7. L'écotourisme comme stratégie de coopération au développement local

- 9.7.1. Les origines de l'écotourisme
- 9.7.2. Éléments de l'écotourisme
- 9.7.3. Aspects économiques de l'écotourisme
- 9.7.4. Implication de la population locale

9.8. Planification de l'écotourisme

- 9.8.1. Conception du projet
- 9.8.2. Marketing de l'écotourisme
- 9.8.3. Canaux de distribution
- 9.8.4. Responsabilité de l'écotouriste

9.9. Études de cas

- 9.9.1. Tourisme basé sur les communautés ethniques: une étude de cas à Chiang Rai
- 9.9.2. Le développement communautaire vers un tourisme durable
- 9.9.3. Tourisme en Thaïlande: approches et politiques communautaires
- 9.9.4. Intégration du développement de la politique sociale par la communauté locale
- 9.9.5. Élaboration de plans locaux: problèmes et avantages de la participation locale

07

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.

“ *Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels”*

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

Profil de nos étudiants

Ce Mastère Spécialisé en Tourisme Durable est un programme destiné aux personnes ayant fait des études universitaires, qui souhaitent transformer leur carrière et l'orienter vers la gestion ou la création d'entreprises touristiques, dont la philosophie principale est le respect de l'environnement.

La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.



“

En suivant ce programme, vous élargirez vos compétences et vos capacités en matière de marketing numérique orienté vers le secteur du tourisme durable”

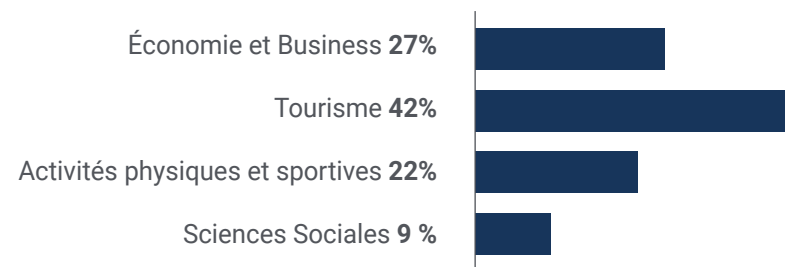
Âge moyen

Entre **35** et **45** ans

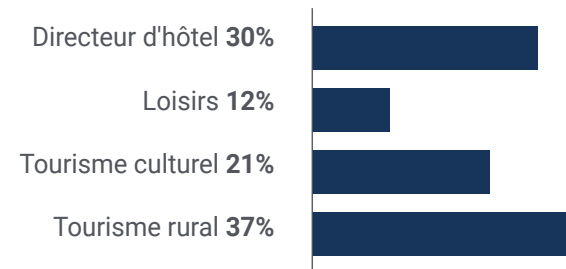
Années d'expérience



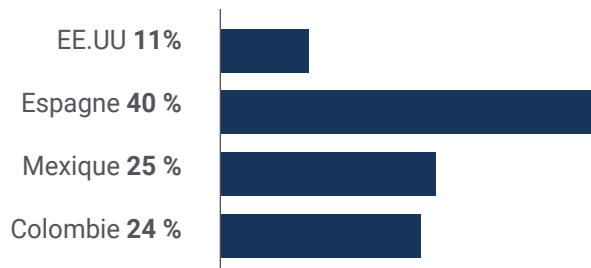
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Mónica Pérez

Directrice d'un hôtel durable

"Bien que je sois autodidacte, je pensais depuis un certain temps à suivre un programme de spécialisation dans ce domaine, afin d'obtenir des connaissances actualisées et de pouvoir me distinguer des autres professionnels du secteur. Heureusement, j'ai trouvé à TECH ce Mastère Spécialisé en Tourisme Durable, qui m'a été très utile et a élargi mes horizons professionnels."

09

Impact sur votre carrière

Étudier un programme présentant ces caractéristiques est un investissement qui vous apportera un épanouissement professionnel et personnel. Pour cela, TECH fournit le contenu le plus à jour en appliquant les outils technologiques universitaires les plus récents. D'une manière visuelle, attrayante et avec un système agile, les étudiants atteindront leurs objectifs et pourront améliorer les compétences et les capacités nécessaires pour obtenir le changement qu'ils recherchent.



“

*TECH met tous les outils didactiques
à votre disposition pour vous aider à
atteindre vos objectifs professionnels”*

Faites le bond en avant dans votre carrière en approfondissant vos connaissances en matière de coopération locale et de gestion de la qualité.

Prêt à franchir le pas? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

Le Mastère Spécialisé en Tourisme Durable de TECH est un programme intensif qui vous prépare à relever les défis et à prendre des décisions commerciales dans le secteur du tourisme. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à réussir.

Si vous voulez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

Si vous voulez réussir professionnellement, ce programme vous permet de comprendre parfaitement les différents modèles de comportement du consommateur.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de **25,22%** pour nos étudiants



10

Bénéfices pour votre entreprise

Le Mastère Spécialisé en Tourisme Durable contribue à élever le talent de l'organisation à son potentiel maximal grâce à la spécialisation de leaders de haut niveau. Il s'agit d'un programme qui prépare les étudiants à atteindre l'élite professionnelle grâce à une qualification supérieure. Mais, en outre, participer à cette formation universitaire est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

Après avoir étudié à TECH, vous aurez une vision globale de votre profession qui vous permettra de proposer des stratégies plus innovantes et plus fructueuses dans le secteur du tourisme durable"

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Vous apporterez à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements significatifs dans l'organisation

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale

05

Développement de projets propres

Vous pourrez travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la recherche et du développement ou du développement commercial de votre entreprise

06

Accroître la compétitivité

Ce programme permettra à nos étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire progresser l'organisation



11 Diplôme

Le Executive Mastère en Tourisme Durable vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

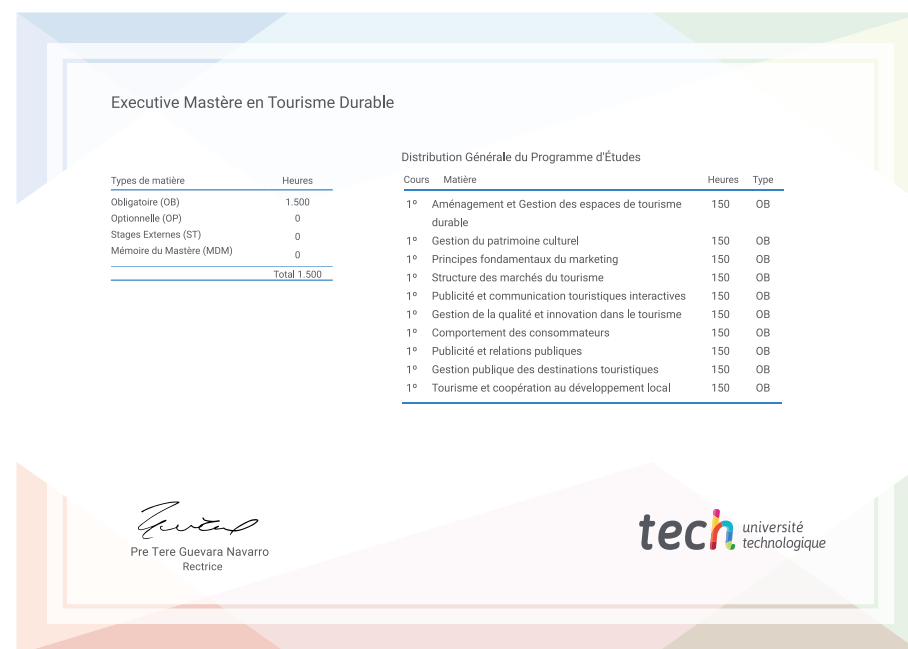
Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Mastère Spécialisé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Cet **Executive Mastère en Tourisme Durable** contient le programme le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme d'**Executive Mastère** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Executive Mastère, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Executive Mastère en Tourisme Durable**
N.º d'Heures Officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Executive Mastère Tourisme Durable

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé Tourisme Durable

