

Executive Mastère Tourisme Durable

M T D





Executive Mastère Tourisme Durable

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: Professionnels ayant une expérience démontrable dans le secteur

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

Sommaire

01

Présentation

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 d'étude

page 36

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 Présentation

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.



Executive Mastère 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 de normes académiques des plus élevées. Un centre international performant pour la formation intensive aux techniques de gestion.



“

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 propose un modèle d'apprentissage en ligne qui associe les dernières technologies éducatives à la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, bénéficiant de la plus haute reconnaissance internationale, qui fournira aux étudiants les clés pour évoluer dans un monde en constante évolution, où l'innovation doit être l'engagement essentiel de tout entrepreneur.

« *Histoire de Succès Microsoft Europe* » pour avoir incorporé un système multi-vidéo interactif innovant dans les programmes.



Exigence maximale

Le critère d'admission de TECH n'est pas économique. Vous n'avez pas besoin de faire un gros investissement pour étudier avec nous. 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

Chez TECH, des professionnels du monde entier participent, de sorte que les étudiants pourront créer un vaste réseau de contacts qui leur sera utile pour leur avenir.

+100 000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera main dans la main avec les 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



Talent

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 mettre en avant leurs intérêts 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

En étudiant à TECH, les étudiants bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Dans un programme à vision globale, grâce auquel vous apprendrez à connaître la façon de travailler dans différentes parties du monde, en recueillant les dernières informations qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les étudiants TECH sont issus de plus de 200 nationalités.

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



Analyse

TECH explore la pensée critique, le questionnement, la résolution de problèmes et les compétences interpersonnelles des étudiants.



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. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours 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**. De cette manière, elle garantit que les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez avec les 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.



Chez 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 la porte à 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 du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique"

Ce programme apportera une multitude d'avantages aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

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, ils acquerront les compétences nécessaires pour opérer un changement positif dans leur 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 acquerrez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre un aperçu approfondi de la gestion générale afin de comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

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

03

Consolidation des 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 obtiendrez 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 étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Accès à un puissant réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le même désir d'évoluer. Ainsi, les partenaires, les clients ou les fournisseurs peuvent être partagés.

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour 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 de TECH Université Technologique.

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

04 Objectifs

Cet Executive Mastère 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 considère les objectifs de ses étudiants comme les siens
Ils collaborent pour les atteindre**

Le **Executive Mastère 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



03

Comprendre le fonctionnement général de la structure du tourisme mondial

05

Connaître l'évolution des principales destinations touristiques internationales

06

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

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

07

Connaître les principales initiatives de mise en valeur du patrimoine culturel

9

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

Étudier la gestion publique des destinations touristiques à partir des différents instruments d'intervention et de planification touristique

17

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

18

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, 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

9

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

Cet Executive Mastère 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 formations réduit les longues heures d'étude si fréquentes dans d'autres méthodologies"

Plan d'études

Le Executive Mastère en Tourisme Durable de TECH Université Technologique 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.

Tout au long des 1800 heures d'études, les étudiants analyseront une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, ce qui leur permettra d'acquérir un apprentissage contextuel qui leur sera très utile pour transposer tout ce qu'ils ont appris dans l'environnement de l'entreprise. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Cette formation universitaire aborde en profondeur différents domaines liés au secteur du tourisme et est conçue pour former des professionnels qui comprennent le tourisme durable d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan axé sur la progression professionnelle qui prépare les étudiants à atteindre l'excellence en matière de gestion d'entreprise et d'administration 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.

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 cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer cet Executive Mastère 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 (Le XXe siècle 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 Numérique 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 numériques. 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. Normes UNE et ISO en matière de Qualité du tourisme
- 6.8.2. 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
- 6.10.2. 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
- 8.10.2. Le récepteur en relations publiques
- 8.10.3. 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

9.4. Le tourisme, un outil de coopération internationale

- 9.4.1. Le rôle des femmes dans les politiques de coopération internationale
- 9.4.2. Les droits des femmes et leur intégration dans les politiques de coopération de l'AECID
- 9.4.3. Différences et similitudes entre le MED et le GED
- 9.4.4. Conférences mondiales des femmes

9.5. Gestion dans le secteur non lucratif

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

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

- 9.6.1. Conceptualisation
- 9.6.2. La planification stratégique étape par étape

9.7. L'impact des partenariats sur la société

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

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

- 9.8.1. Les origines de l'écotourisme
- 9.8.2. Éléments de l'écotourisme
- 9.8.3. Aspects économiques de l'écotourisme
- 9.8.4. Implication de la population locale

9.9. Planification de l'écotourisme

- 9.9.1. Conception du projet
- 9.9.2. Marketing de l'écotourisme
- 9.9.3. Canaux de distribution
- 9.9.4. Responsabilité de l'écotouriste

9.10. Études de cas

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

07

Méthodologie d'étude

TECH est la première université au monde à combiner la méthodologie des **case studies** avec **Relearning**, un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition guidée.

Cette stratégie d'enseignement innovante est conçue pour offrir aux professionnels la possibilité d'actualiser leurs connaissances et de développer leurs compétences de manière intensive et rigoureuse. Un modèle d'apprentissage qui place l'étudiant au centre du processus académique et lui donne le rôle principal, en s'adaptant à ses besoins et en laissant de côté les méthodologies plus conventionnelles.



“

TECH vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière”

L'étudiant: la priorité de tous les programmes de TECH

Dans la méthodologie d'étude de TECH, l'étudiant est le protagoniste absolu. Les outils pédagogiques de chaque programme ont été sélectionnés en tenant compte des exigences de temps, de disponibilité et de rigueur académique que demandent les étudiants d'aujourd'hui et les emplois les plus compétitifs du marché.

Avec le modèle éducatif asynchrone de TECH, c'est l'étudiant qui choisit le temps qu'il consacre à l'étude, la manière dont il décide d'établir ses routines et tout cela dans le confort de l'appareil électronique de son choix. L'étudiant n'a pas besoin d'assister à des cours en direct, auxquels il ne peut souvent pas assister. Les activités d'apprentissage se dérouleront à votre convenance. Vous pouvez toujours décider quand et où étudier.

“

À TECH, vous n'aurez PAS de cours en direct (auxquelles vous ne pourrez jamais assister)”



Les programmes d'études les plus complets au niveau international

TECH se caractérise par l'offre des itinéraires académiques les plus complets dans l'environnement universitaire. Cette exhaustivité est obtenue grâce à la création de programmes d'études qui couvrent non seulement les connaissances essentielles, mais aussi les dernières innovations dans chaque domaine.

Grâce à une mise à jour constante, ces programmes permettent aux étudiants de suivre les évolutions du marché et d'acquérir les compétences les plus appréciées par les employeurs. Ainsi, les diplômés de TECH reçoivent une préparation complète qui leur donne un avantage concurrentiel significatif pour progresser dans leur carrière.

De plus, ils peuvent le faire à partir de n'importe quel appareil, PC, tablette ou smartphone.

“

Le modèle de TECH est asynchrone, de sorte que vous pouvez étudier sur votre PC, votre tablette ou votre smartphone où vous voulez, quand vous voulez et aussi longtemps que vous le voulez”

Case studies ou Méthode des cas

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures écoles de commerce du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, sa fonction était également de leur présenter des situations réelles et complexes. De cette manière, ils pouvaient prendre des décisions en connaissance de cause et porter des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Avec ce modèle d'enseignement, ce sont les étudiants eux-mêmes qui construisent leurs compétences professionnelles grâce à des stratégies telles que *Learning by doing* ou le *Design Thinking*, utilisées par d'autres institutions renommées telles que Yale ou Stanford.

Cette méthode orientée vers l'action sera appliquée tout au long du parcours académique de l'étudiant avec TECH. Vous serez ainsi confronté à de multiples situations de la vie réelle et devrez intégrer des connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions. Il s'agissait de répondre à la question de savoir comment ils agiraient lorsqu'ils seraient confrontés à des événements spécifiques complexes dans le cadre de leur travail quotidien.



Méthode Relearning

Chez TECH, les *case studies* sont complétées par la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le *Relearning*.

Cette méthode s'écarte des techniques d'enseignement traditionnelles pour placer l'apprenant au centre de l'équation, en lui fournissant le meilleur contenu sous différents formats. De cette façon, il est en mesure de revoir et de répéter les concepts clés de chaque matière et d'apprendre à les appliquer dans un environnement réel.

Dans le même ordre d'idées, et selon de multiples recherches scientifiques, la répétition est le meilleur moyen d'apprendre. C'est pourquoi TECH propose entre 8 et 16 répétitions de chaque concept clé au sein d'une même leçon, présentées d'une manière différente, afin de garantir que les connaissances sont pleinement intégrées au cours du processus d'étude.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.



Un Campus Virtuel 100% en ligne avec les meilleures ressources didactiques

Pour appliquer efficacement sa méthodologie, TECH se concentre à fournir aux diplômés du matériel pédagogique sous différents formats: textes, vidéos interactives, illustrations et cartes de connaissances, entre autres. Tous ces supports sont conçus par des enseignants qualifiés qui axent leur travail sur la combinaison de cas réels avec la résolution de situations complexes par la simulation, l'étude de contextes appliqués à chaque carrière professionnelle et l'apprentissage basé sur la répétition, par le biais d'audios, de présentations, d'animations, d'images, etc.

Les dernières données scientifiques dans le domaine des Neurosciences soulignent l'importance de prendre en compte le lieu et le contexte d'accès au contenu avant d'entamer un nouveau processus d'apprentissage. La possibilité d'ajuster ces variables de manière personnalisée aide les gens à se souvenir et à stocker les connaissances dans l'hippocampe pour une rétention à long terme. Il s'agit d'un modèle intitulé *Neurocognitive context-dependent e-learning* qui est sciemment appliqué dans le cadre de ce diplôme universitaire.

D'autre part, toujours dans le but de favoriser au maximum les contacts entre mentors et mentorés, un large éventail de possibilités de communication est offert, en temps réel et en différé (messagerie interne, forums de discussion, service téléphonique, contact par courrier électronique avec le secrétariat technique, chat et vidéoconférence).

De même, ce Campus Virtuel très complet permettra aux étudiants TECH d'organiser leurs horaires d'études en fonction de leurs disponibilités personnelles ou de leurs obligations professionnelles. De cette manière, ils auront un contrôle global des contenus académiques et de leurs outils didactiques, mis en fonction de leur mise à jour professionnelle accélérée.



Le mode d'étude en ligne de ce programme vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps”

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les étudiants qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. L'assimilation des idées et des concepts est rendue plus facile et plus efficace, grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.

La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

Les résultats de ce modèle académique innovant sont visibles dans les niveaux de satisfaction générale des diplômés de TECH.

L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure et des objectifs des cours est excellente. Sans surprise, l'institution est devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants sur la plateforme d'évaluation Trustpilot, avec une note de 4,9 sur 5.

Accédez aux contenus de l'étude depuis n'importe quel appareil disposant d'une connexion Internet (ordinateur, tablette, smartphone) grâce au fait que TECH est à la pointe de la technologie et de l'enseignement.

Vous pourrez apprendre grâce aux avantages offerts par les environnements d'apprentissage simulés et à l'approche de l'apprentissage par observation: le Learning from an expert.



Ainsi, le meilleur matériel pédagogique, minutieusement préparé, sera disponible dans le cadre de ce programme:



Matériel didactique

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour le programme afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel afin de mettre en place notre mode de travail en ligne, avec les dernières techniques qui nous permettent de vous offrir une grande qualité dans chacune des pièces que nous mettrons à votre service.



Pratique des aptitudes et des compétences

Vous effectuerez des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques permettant d'acquérir et de développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit acquérir dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Résumés interactifs

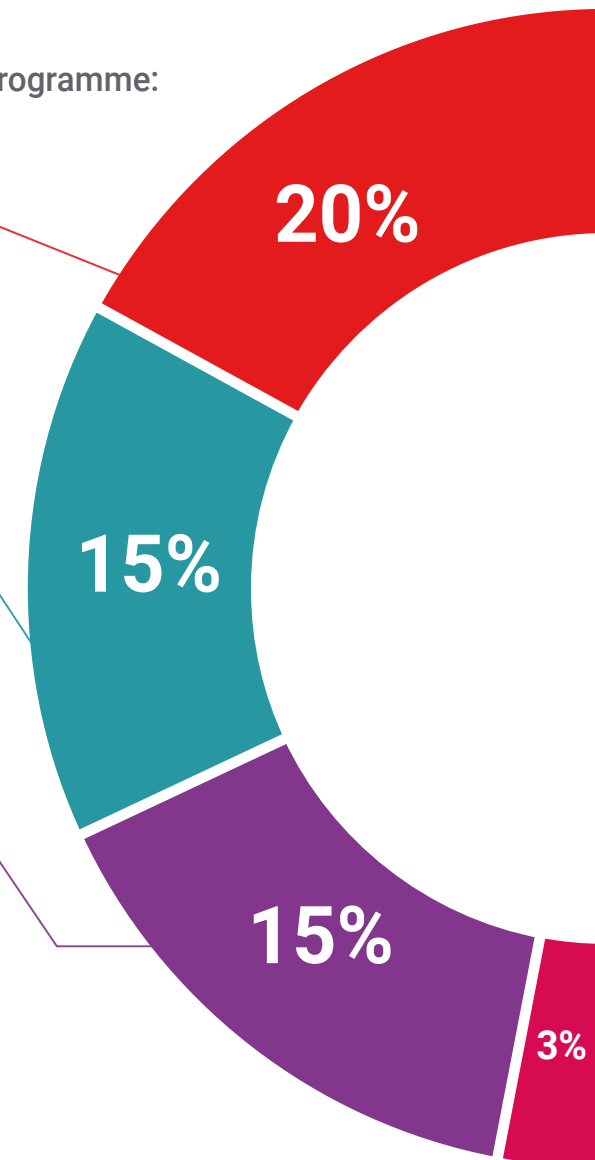
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux, etc... Dans notre bibliothèque virtuelle, vous aurez accès à tout ce dont vous avez besoin pour compléter votre formation.





Case Studies

Vous réaliserez une sélection des meilleures *case studies* dans le domaine. Des cas présentés, analysés et encadrés par les meilleurs spécialistes internationaux.



Testing & Retesting

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme. Nous le faisons sur 3 des 4 niveaux de la Pyramide de Miller.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de 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.



Guides d'action rapide

TECH propose les contenus les plus pertinents du programme sous forme de fiches de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



08

Profil de nos étudiants

Cet Executive Mastère 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.





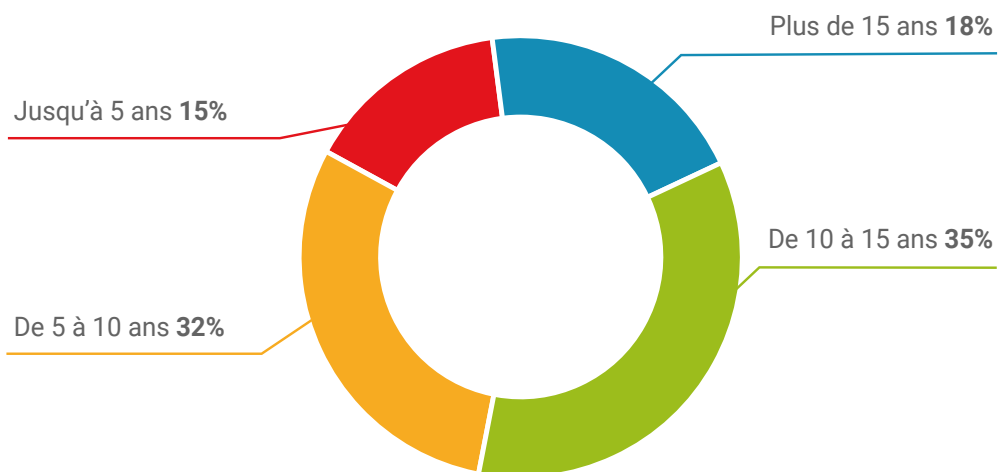
“

En suivant ce programme, vous élargirez vos compétences et vos capacités en matière de Marketing Numérique orienté vers le secteur du tourisme durable"

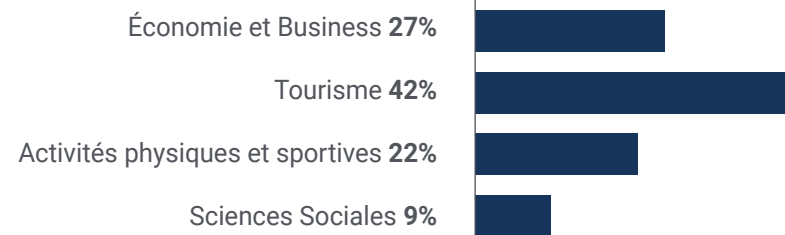
Âge moyen

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

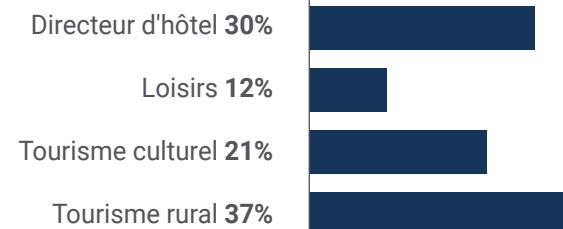
Années d'expérience



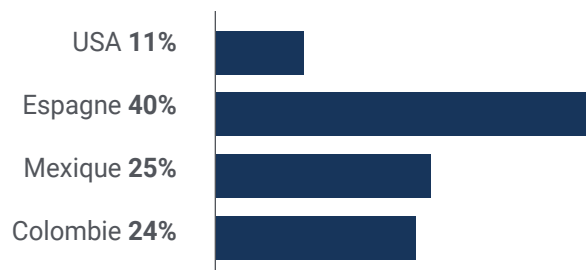
Formation



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 cet Executive Mastère 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 permettra au professionnel de s'épanouir sur le plan professionnel et personnel. Pour cela, TECH fournit le contenu le plus actuel en utilisant les outils technologiques 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 Executive Mastère 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.

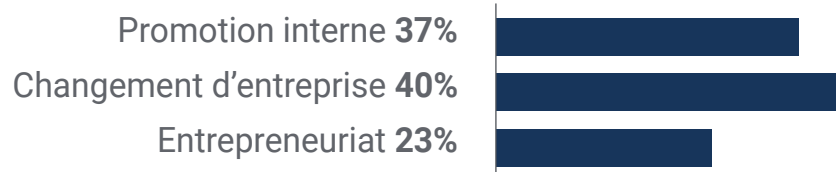
Si vous voulez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

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

Heure du changement



Type de changement



Amélioration salariale

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **25,22%** pour nos étudiants.



10

Bénéfices pour votre entreprise

Le Executive Mastère 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

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants 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 professionnel 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

Le professionnel peut travailler sur un projet réel, ou développer de nouveaux projets, dans le domaine de la R+D ou le Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce programme permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



11 Diplôme

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



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir à
vous soucier des déplacements ou des
formalités administratives”*

Ce **Executive Mastère en Tourisme Durable** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

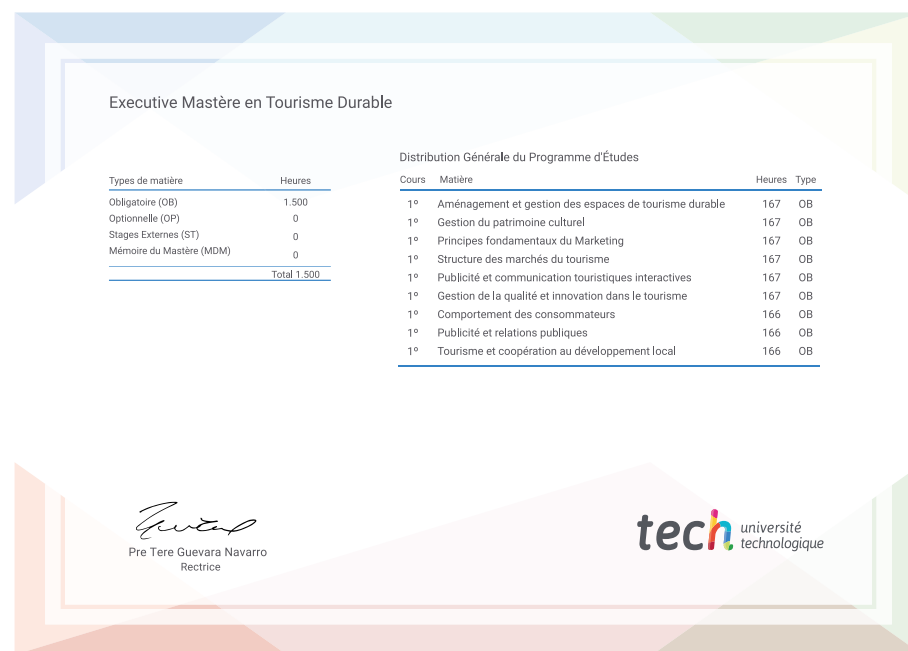
Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Executive Mastère** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, 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**

Modalité: **en ligne**

Durée: **2 mois**



*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
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Executive Mastère

Tourisme Durable

