

# Бизнес-магистратура Устойчивый туризм





## Бизнес-магистратура Устойчивый туризм

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн
- » Программа предназначена для: **профессионалов с подтвержденным опытом работы в данном секторе**

Веб-доступ: [www.techtitute.com/ru/school-of-business/professional-master-degree/master-sustainable-tourism](http://www.techtitute.com/ru/school-of-business/professional-master-degree/master-sustainable-tourism)

# Оглавление

|    |                  |        |    |                              |         |    |                               |         |    |                                 |         |
|----|------------------|--------|----|------------------------------|---------|----|-------------------------------|---------|----|---------------------------------|---------|
| 01 | Добро пожаловать | стр. 4 | 02 | Почему стоит учиться в TECH? | стр. 6  | 03 | Почему именно наша программа? | стр. 10 | 04 | Цели                            | стр. 14 |
|    |                  |        | 05 | Компетенции                  | стр. 20 | 06 | Структура и содержание        | стр. 26 | 07 | Методология                     | стр. 36 |
|    |                  |        | 08 | Профиль наших учащихся       | стр. 44 | 09 | Влияние на карьеру            | стр. 48 | 10 | Преимущества для вашей компании | стр. 52 |
|    |                  |        |    |                              |         |    |                               |         | 11 | Квалификация                    | стр. 56 |

# 01

# Добро пожаловать

В обществе, более сознательно относящемся к окружающей среде, устойчивый туристский продукт и качество обслуживания все больше ценятся различными типами потребителей. Создание бизнеса вокруг этой концепции находится на подъеме, поэтому существует потребность в более специализированных профессионалах с характерным лидерством, готовых отойти от массового туризма и приблизиться к другим способам понимания путешествий и наслаждения местным, процветающим в бурно развивающемся секторе. Эта 100% дистанционная программа была создана с целью предоставить профессионалам специализированные и качественные знания об изменениях, происходящих в сфере туризма, включая целевой маркетинг, управление культурным наследием и инновации в туризме. И все это в гибком формате, который позволяет руководителям совмещать свои рабочие обязанности с преподаванием, находящимся на передовых позициях в академической среде.



Бизнес-магистратура в области устойчивого туризма  
TECH Технологический университет

“

*Туристический сектор нуждается в профессионалах, заботящихся об окружающей среде, и поэтому TESH предлагает вам необходимую информацию о новой модели устойчивого туризма”*

02

# Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН — это крупнейшая бизнес-школа 100% онлайн-формата в мире. Мы являемся элитной бизнес-школой с образовательной моделью с самыми высокими академическими стандартами. Международный высокопроизводительный центр интенсивного обучения управленческим навыкам.



“

*TESH – это передовой технологический университет, который предоставляет все свои ресурсы в распоряжение студентов, чтобы помочь им достичь успеха в бизнесе”*

## В TECH Технологический университет



### Инновации

Мы предлагаем вам модель онлайн-обучения, сочетающую в себе новейшие образовательные технологии и максимальную педагогическую строгость. Уникальный метод с высочайшим международным признанием, который даст вам возможность развиваться в мире постоянных перемен, где инновации играют ключевую роль в деятельности каждого предпринимателя.

"История успеха Microsoft Europe" за включение в программы инновационной интерактивной мультимедийной системы.



### Высокие требования

Чтобы поступить в TECH, не потребуются большие затраты. Чтобы учиться у нас, вам не нужно делать большие инвестиции. Однако для того, чтобы получить диплом в TECH, необходимо проверить уровень знаний и возможностей студента. Наши академические стандарты очень высоки...

**95%**

студентов TECH успешно завершают обучение



### Нетворкинг

Профессионалы со всего мира принимают участие в TECH, чтобы вы смогли создать большую сеть контактов, полезных для вашего будущего.

**100 000+**

менеджеров, прошедших ежегодную подготовку

**200+**

разных национальностей



### Расширение прав и возможностей

Развивайтесь наряду с лучшими компаниями и профессионалами, обладающими большим авторитетом и влиянием. Мы создали стратегические альянсы и ценную сеть контактов с основными экономическими субъектами на 7 континентах.

**+500+**

соглашений о сотрудничестве с лучшими компаниями



### Талант

Наша программа - это уникальное предложение для раскрытия вашего таланта в мире бизнеса. Возможность, с помощью которой вы сможете заявить о своих интересах и видении своего бизнеса.

TECH помогает студентам показать миру свой талант при прохождении этой программы.



### Мультикультурный контекст

Обучаясь в TECH, студенты могут получить уникальный опыт. Вы будете учиться в многокультурном контексте. В данной программе мы применяем глобальный подход, благодаря которому вы сможете узнать о том, как работают в разных частях света, собрать самую свежую информацию, которая наилучшим образом соответствует вашей бизнес-идее.

Наши студенты представляют более 200 национальностей.





## Учитесь у лучших

---

Наши преподаватели объясняют в аудиториях, что привело их к успеху в их компаниях, работая в реальном, живом и динамичном контексте. Преподаватели, которые полностью посвящают себя тому, чтобы предложить вам качественную специализацию, которая позволит вам продвинуться по карьерной лестнице и выделиться в мире бизнеса.

Преподаватели представляют 20 различных национальностей.



*В TECH у вас будет доступ к самому строгому и современному методу кейсов в академической среде"*

TECH стремится к совершенству и для этого обладает рядом характеристик, которые делают его уникальным университетом:



## Анализ

---

TECH исследует критическую сторону студента, его способность задавать вопросы, навыки решения проблем и навыки межличностного общения.



## Академическое превосходство

---

TECH предлагает студентам лучшую методику онлайн-обучения. Университет сочетает метод *Relearning* (наиболее признанная во всем мире методология последиplomного обучения) с «методом кейсов» Гарвардской школы бизнеса. Традиции и современность в сложном балансе и в контексте самого требовательного академического маршрута.



## Экономия за счет масштаба

---

TECH — крупнейший в мире онлайн-университет. В его портфолио насчитывается более 10 000 университетских последиplomных программ. А в новой экономике **объем + технология = разорительная цена**. Таким образом, мы заботимся о том, чтобы учеба для вас была не такой дорогой, как в другом университете.

03

# Почему именно наша програм?

Прохождение программы TECH увеличит ваши шансы достичь профессиональный успех в области высшего менеджмента.

Это задача, которая требует усилий и самоотдачи, но которая открывает дверь в многообещающее будущее. Вы будете учиться у лучших преподавателей и по самой гибкой и инновационной образовательной методологии.



“

*У нас самый престижный преподавательский состав и самый полный учебный план на рынке, что позволяет нам предложить вам обучение на самом высоком академическом уровне”*

Эта программа обеспечит вам множество преимуществ в трудоустройстве и вопросах личного развития, включая следующие:

01

### Дать решающий толчок карьере студента

Мы даем вам возможность взять под контроль свое будущее и полностью раскрыть свой потенциал. Пройдя нашу программу, вы приобретете необходимые навыки, чтобы за короткий срок добиться положительных изменений в своей карьере.

*70% студентов этой специализации добиваются успешных изменений в своей карьере менее чем за 2 года.*

02

### Разрабатывать стратегическое и глобальное видение компании

Мы предлагаем вам глубокое понимание общего менеджмента, чтобы вы узнали, как каждое решение влияет на различные функциональные области компании.

*Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.*

03

### Закрепиться в высшем руководстве предприятия

Обучение в TECH открывает двери в профессиональную среду, в которой студенты смогут позиционировать себя в качестве руководителей высокого уровня, обладающих широким видением международной среды.

*Вы будете работать над более чем 100 реальными кейсами из области высшего менеджмента.*

04

### Брать на себя новые обязанности

Мы покажем вам последние тенденции, разработки и стратегии для осуществления вашей профессиональной деятельности в меняющихся условиях.

*45% наших студентов получают повышение внутри компании.*

05

### Получить доступ к мощной сети контактов

TECH формирует своих студентов, чтобы максимально расширить их возможности. Студенты с теми же интересами и желанием развиваться. Таким образом, можно будет обмениваться контактами партнеров, клиентов или поставщиков.

*Вы найдете сеть контактов, необходимых для вашего профессионального развития.*

06

### Разрабатывать свой бизнес-проект в строгой последовательности

Вы получите глубокое стратегическое видение, которое поможет вам разработать собственный проект, принимая во внимание различные направления деятельности компании.

*20% наших студентов разрабатывают собственную бизнес-идею.*

07

### Совершенствовать свои софт-скиллы и управленческие умения

Мы помогаем вам применять и развивать полученные знания и совершенствовать навыки межличностного общения, чтобы стать лидером, который меняет мир к лучшему.

*Улучшите свои коммуникативные и лидерские навыки и продвигайтесь по карьерной лестнице.*

08

### Стать частью эксклюзивного сообщества

Мы предлагаем вам возможность стать частью сообщества элитных менеджеров, крупных компаний, известных институтов и квалифицированных преподавателей из самых престижных университетов мира: сообщества TECH Технологический университет.

*Мы даем вам возможность специализироваться с командой признанных преподавателей на международной сцене.*

# 04

## Цели

Эта Бизнес-магистратура дает студентам самую современную информацию об устойчивом туризме, реализации стратегии экотуризма и различных маркетинговых инструментах, успешно используемых в этом секторе. Все это станет возможным благодаря мультимедийному содержанию, основанному на видео аннотациях, видео в деталях или интерактивных диаграммах, которые составляют эту программу.



“

*Вы получите обновление знаний,  
необходимых для преобразования  
традиционного туристического  
бизнеса в устойчивое предприятие,  
основанное на устойчивом туризме”*

**TECH делает цели своих студентов своими собственными**  
**Работайте вместе для их достижения**

Бизнес-магистратура в области устойчивого туризма научит вас:

01

Знать различные типы пространств и туристических направлений, их оценку и обуславливающие факторы

04

Знать типы потребителей и типы международных направлений

02

Выявлять ограничения, которые должны быть наложены для устойчивого туризма



03

Понять общее функционирование глобальной структуры туризма

05

Изучить эволюцию основных международных туристических направлений



06

Знать основные действия, связанные с планированием туризма, содержащиеся в государственных планах

08

Знать и использовать маркетинг или ориентацию на потребителя в процессе принятия решений туристического предприятия

09

Понять важность лояльности клиентов для туристических продуктов и маркетинга взаимоотношений

07

Ознакомиться с основными инициативами по укреплению культурного наследия

10

Разобраться в основных понятиях туризма в связи с историей, экономикой, культурой, обществом и устойчивостью



11

Понять эволюцию туризма в различных сценариях его развития и в текущем контексте

12

Изучить структуру туристских рынков и их последствия для социального, экономического и экологического аспекта

13

Определить инструменты, используемые в настоящее время для анализа посещаемости сайта

14

Изучить основные понятия в системах и процессах рекламной коммуникации и связей с общественностью, разграничивая их по отношению к другим смежным академическим и профессиональным областям



15

Развивать навыки, необходимые для профессиональной практики, в основном путем создания механизмов для повышения творческого потенциала, интеллектуальной любознательности, ответственности и уважения человеческого достоинства

16

Узнать о некоммерческом секторе и о том, как он функционирует в рамках развития местного сообщества, являясь сотрудничающими организациями или предшественниками устойчивой туристической деятельности

17

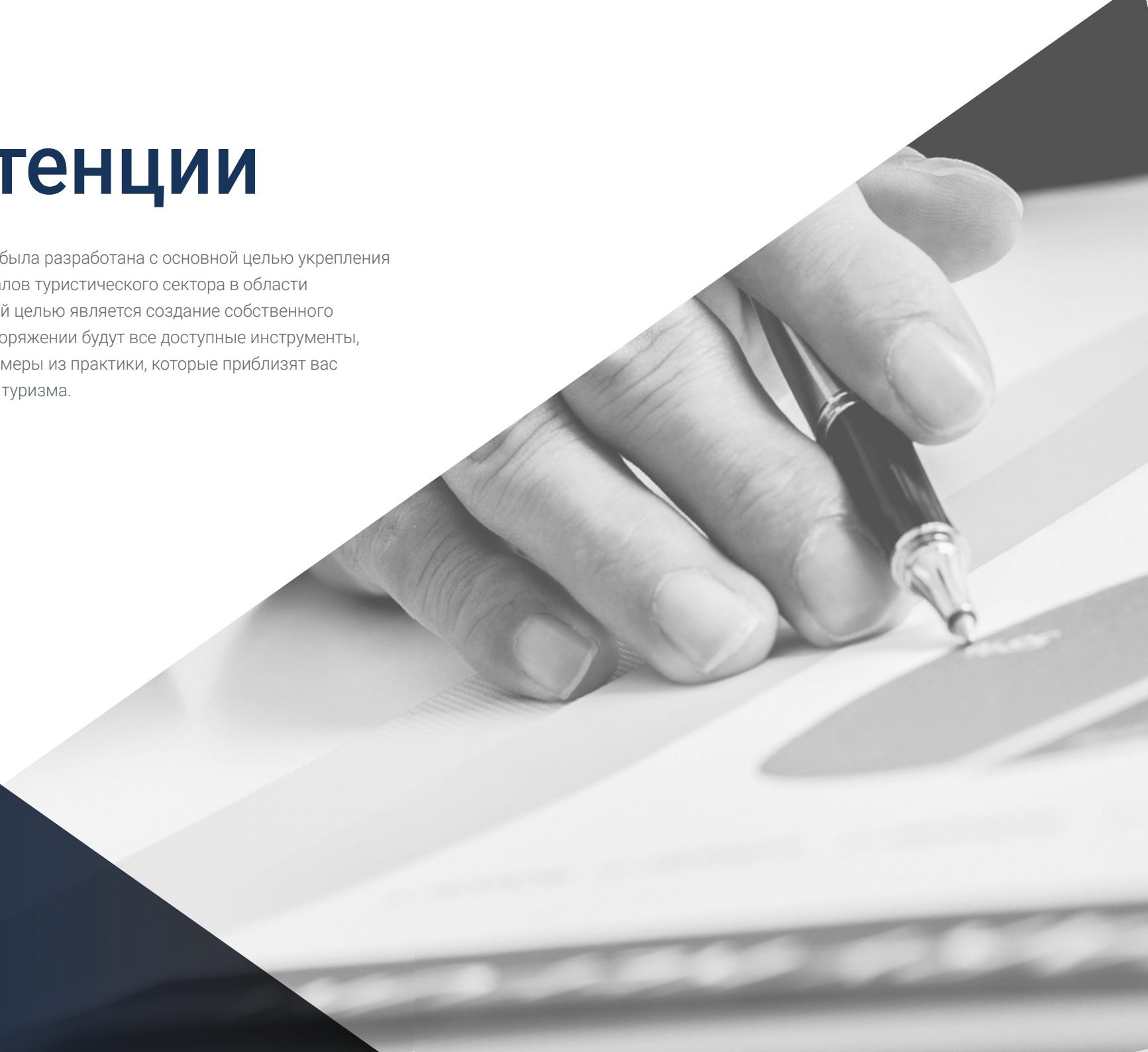
Знать вклад экотуризма как связующего элемента между населением и местным развитием, управлять проектами устойчивого туризма и работать в различных социокультурных средах



# 05

# Компетенции

Эта университетская программа была разработана с основной целью укрепления лидерских навыков профессионалов туристического сектора в области устойчивого туризма или тех, чьей целью является создание собственного проекта. Для этого в вашем распоряжении будут все доступные инструменты, предлагаемые ТЕСН, а также примеры из практики, которые приблизят вас к текущей реальности индустрии туризма.



“

*Благодаря этой 100% дистанционной программе вы сможете узнать о последних достижениях в области планирования экотуризма”*

01

Применять содержание дисциплины "Связи с общественностью" в туризме посредством критического мышления и размышлений на основе анализа содержания и конкретных примеров

04

Распознавать психографические профили людей в их поведении как потребителей услуг отдыха и туризма

02

Проецировать полученные знания, навыки и умения на развитие общества, основанного на ценностях свободы, справедливости, равенства и плюрализма



03

Правильно проводить SWOT-анализ

05

Понять процесс принятия решения о покупке и факторы, влияющие на него

06

Анализировать воздействие, оказываемое туристической деятельностью

08

Определять и управлять туристическими объектами и направлениями



09

Анализировать международную стандартизацию: инициативы в области международной стандартизации и ключевые игроки

07

Управлять и руководить различными видами туристических предприятий

10

Анализировать инновационные модели и стандартизацию вокруг творческих процессов инноваций

11

Интерпретировать модели поведения потребителей

12

Использовать правильную деловую терминологию при выполнении и представлении работ и проектов

13

Интерпретировать имеющуюся информацию о туристическом направлении

14

Определять воздействие, оказываемое туристической деятельностью





15

Изучить различные подсектора туризма и их функционирование в туристических направлениях по всему миру

16

Управлять территорией туризма в соответствии с принципами устойчивого развития

17

Управлять устойчивым туризмом как инструментом сотрудничества в области социального развития, уважая при этом социальную и культурную самобытность принимающих населенных пунктов

18

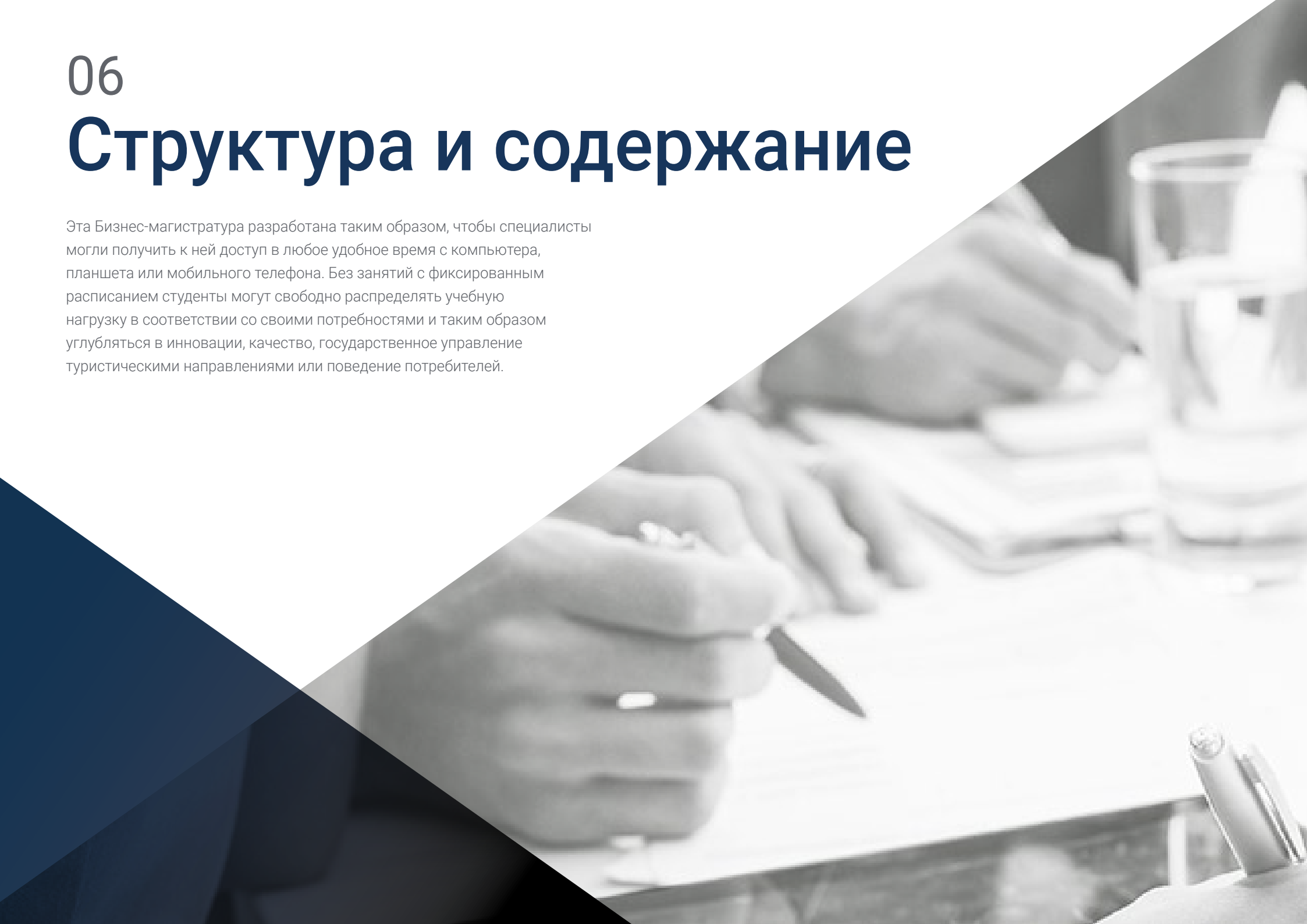
Использовать существующие инструменты для анализа веб-трафика



06

# Структура и содержание

Эта Бизнес-магистратура разработана таким образом, чтобы специалисты могли получить к ней доступ в любое удобное время с компьютера, планшета или мобильного телефона. Без занятий с фиксированным расписанием студенты могут свободно распределять учебную нагрузку в соответствии со своими потребностями и таким образом углубляться в инновации, качество, государственное управление туристическими направлениями или поведение потребителей.



“

*Система повторного обучения Relearning, используемая компанией TECH в своих программах, сокращает долгие часы учебы, характерные для других методологий”*

## Учебный план

Бизнес-магистратура по устойчивому туризму в TECH Технологическим университетом - это интенсивная программа, которая готовит студентов к решению сложных задач и принятию бизнес-решений. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих навыков, позволяющих принимать более взвешенные решения в условиях неопределенности.

На протяжении 1500 часов обучения студенты будут анализировать множество практических кейсов в ходе индивидуальной работы, что позволит вам получить контекстуальное обучение, которое будет очень полезно для того, чтобы перенести все, что вы узнаете, в бизнес-среду. Таким образом вы сможете погрузиться в реальные ситуации в сфере бизнеса.

Это университетское образование углубленно рассматривает различные области, связанные с сектором туризма, и предназначено для подготовки профессионалов, которые понимают устойчивый туризм со стратегической, международной и инновационной точки зрения.

План, направленный на профессиональное развитие, готовит студентов к достижению высоких результатов в области менеджмента и управления бизнесом в сфере туризма. Программа, которая была создана для удовлетворения потребностей сектора, требующего высококвалифицированных кадров. Все это благодаря инновационному содержанию, основанному на последних тенденциях и подкрепленному лучшей образовательной методологией, которая обеспечит студентов навыками творческого и эффективного решения критических ситуаций.

Эта Бизнес-магистратура рассчитана на 12 месяцев и состоит из 10 модулей:

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>Модуль 1</b> | Планирование и управление устойчивыми туристическими пространствами |
| <b>Модуль 2</b> | Управление культурным наследием                                     |
| <b>Модуль 3</b> | Основы маркетинга   |
| <b>Модуль 4</b> | Структура туристских рынков   |
| <b>Модуль 5</b> | Интерактивная туристическая реклама и коммуникация                  |
| <b>Модуль 6</b> | Управление качеством и инновации в туризме                          |
| <b>Модуль 7</b> | Поведение потребителей  |
| <b>Модуль 8</b> | Реклама и связи с общественностью                                   |
| <b>Модуль 9</b> | Туризм и сотрудничество в области местного развития                 |

### Где, когда и как учиться?

TECH предлагает возможность получить диплом Бизнес-магистратура в области устойчивого туризма полностью в онлайн-формате. В течение 12 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию данной программы, что позволит вам самостоятельно управлять временем на учебу.

*Уникальный, ключевой  
и решающий опыт  
обучения для  
повышения вашего  
профессионального роста"*



## Модуль 1. Планирование и управление устойчивыми туристическими пространствами

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <b>1.1. Система туризма и сценарии развития туризма</b><br>1.1.1. Система туризма<br>1.1.2. Территориальность туризма<br>1.1.3. Наиболее актуальные туристические сценарии                    | <b>1.2. Туристская политика и устойчивое развитие</b><br>1.2.1. Инструменты туристской политики<br>1.2.2. Общий план и планирование туризма<br>1.3.2. Устойчивое развитие в секторе туризма | <b>1.3. Стратегическое планирование применительно к сектору туризма</b><br>1.3.1. Теоретический анализ стратегического планирования | 1.3.2. Разработка стратегического плана развития туристской дестинации<br>1.3.3. Схема и содержание стратегического плана<br>1.3.4. Фазы развития |
| <b>1.4. Диагностика, развитие и методология</b><br>1.4.1. Методология разработки диагноза<br>1.4.2. Ресурсы и типология туристических ресурсов<br>1.4.3. Информационный вариант и SWOT-анализ | <b>1.5. Определение модели и стратегии развития</b><br>1.5.1. Определение целей и модели развития<br>1.5.2. Определение стратегий и направлений деятельности                                |   |   |

## Модуль 2. Управление культурным наследием

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <b>2.1. Введение в культурное наследие</b>         | <b>2.2. Политика сохранения наследия</b> | <b>2.3. Культурное наследие как туристическая достопримечательность</b> | <b>2.4. Туристические ресурсы, пространства и рынки</b> |
| <b>2.5. Важность гида и интерпретации наследия</b> |  |   |   |

## Модуль 3. Основы маркетинга

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>3.1. Основные понятия</b><br>3.1.1. Введение<br>3.1.2. Основы маркетинга<br>3.1.3. Этапы или подходы к маркетингу<br>3.1.4. Полезность, удовлетворенность и качество<br>3.1.5. Обмен, сделки и отношения | 3.1.6. Понятие и задачи коммерческого менеджмента<br>3.1.7. Инструменты маркетинга   | <b>3.2. Рынок</b><br>3.2.1. Концепция рынка и окружающая среда<br>3.2.2. Классификация рынков<br>3.2.3. Микросреда или специфическая среда<br>3.2.4. Макросреда или общая среда<br>3.2.5. Рынок и окружающая среда в маркетинговом плане | <b>3.3. Сегментация и позиционирование</b><br>3.3.1. Основы и цели сегментации<br>3.3.2. Критерии сегментации<br>3.3.3. Этапы процесса сегментации<br>3.3.4. Коммерческая стратегия и сегментация<br>3.3.5. Позиционирование |
| <b>3.4. Информационная система и коммерческие исследования</b><br>3.4.1. Концепции и приложения коммерческих исследований   | 3.4.2. Этапы коммерческого исследования<br>3.4.3. Источники информации<br>3.4.4. Виды коммерческих исследований<br>3.4.5. Анкета и выборка | <b>3.5. Поведение потребителей</b><br>3.5.1. Введение<br>3.5.2. Процесс принятия решения о покупке<br>3.5.3. Внутренние факторы  | 3.5.4. Внешние факторы<br>3.5.5. Виды покупки<br>3.5.6. Реакция потребителей<br>3.5.7. Моделирование поведения потребителей  |

**Модуль 4. Структура туристских рынков****4.1. Введение в туризм**

- 4.1.1. Понятие туризма, происхождение и эволюция
- 4.1.2. Определения туризма
- 4.1.3. Виды туризма
- 4.1.4. Жизненный цикл туристского продукта
- 4.1.5. Устойчивый туризм

**4.2. Туризм во времени**

- 4.2.1. История туризма до 20 века
- 4.2.2. Современный туризм (20-й и 21-й век)

**4.3. Планирование туризма**

- 4.3.1. Процесс территориального планирования туризма
- 4.3.2. Инструменты планирования туризма: План развития туризма (ПРТ)
- 4.3.3. Устойчивость как критерий планирования туризма

**4.4. Экономика туризма**

- 4.4.1. Производственный процесс в туризме
- 4.4.2. Важность экономических последствий туризма
- 4.4.3. Платежный баланс туризма

**4.5. Туристические потоки**

- 4.5.1. Международные туристические потоки
- 4.5.2. Туристические направления и исходные рынки

**4.6. Туристический спрос**

- 4.6.1. Расчет туристического спроса
- 4.6.2. Въездной туризм
- 4.6.3. Выездной туризм
- 4.6.4. Факторы, обуславливающие туристический спрос
- 4.6.5. Сезонный характер спроса
- 4.6.6. Тенденции туристического спроса

**4.7. Туристское предложение**

- 4.7.1. Анализ туристского предложения
- 4.7.2. Обеспечение туристическими ресурсами: природными и культурными
- 4.7.3. Туристское предложение в связи с технологическими инновациями: новые бизнес-модели
- 4.7.4. Устойчивый туризм в применении к туристскому предложению

**4.8. Туристическое предприятие**

- 4.8.1. Концепция туристического предприятия
- 4.8.2. Типы туристических предприятий
- 4.8.3. Среда деятельности туристического предприятия

**4.9. Введение в основные подсектора туризма**

- 4.9.1. Гостиничный сектор
- 4.9.2. Сектор общественного питания
- 4.9.3. Туристические агентства и туроператоры
- 4.9.4. Воздушный транспорт
- 4.9.5. Дополнительные услуги

**4.10. Структура туристского рынка**

- 4.10.1. Структура мирового туристского рынка: глобализация
- 4.10.2. Структура рынка международного туризма

**Модуль 5. Интерактивная туристическая реклама и коммуникация****5.1. Введение: обзор Интернета**

- 5.1.1. Трансформация моделей туристического бизнеса

**5.2. Основы цифрового маркетинга. Цифровая стратегия**

- 5.2.1. Стратегии цифрового маркетинга для туристической компании

**5.3. Социальные сети и СМИ. Facebook. Twitter. Instagram****5.4. Стратегия и управление контентом. Blogger. Wordpress. Medium. About.me****5.5. Цифровые метрики. Веб-аналитика 2.0****5.6. Мобильные устройства и приложения****5.7. Реклама и цифровые носители****5.8. Поисковые системы. SEO. SEM. Google AdSense. Google AdWords****5.9. Коммуникация 2.0. Online Reputation. Комьюнити менеджмент****5.10. Маркетинг электронной почты**

## Модуль 6. Управление качеством и инновации в туризме

### 6.1. Управление качеством услуг

- 6.1.1. Качество услуг
- 6.1.2. Характеристики и измерения качества услуг
- 6.1.3. Качество с точки зрения клиентов. Уровни качества

### 6.2. Управление качеством туристических услуг

- 6.2.1. Основы управления качеством
- 6.2.2. Системы управления качеством
- 6.2.3. Качество как инструмент управления
- 6.2.4. Системы управления качеством
- 6.2.5. Системы всеобщего управления качеством

### 6.3. Введение в качество: концепции и эволюция

- 6.3.1. Качество обслуживания в секторе туризма
- 6.3.2. Концепции качества
- 6.3.3. Эволюция концепции качества
- 6.3.4. Размеры и принципы концепции качества
- 6.3.5. Процесс обеспечения качества для внутренних и внешних потребителей

### 6.4. Основные теории качества

- 6.4.1. Теории качества, применяемые к сектору туризма
- 6.4.2. Всеобщее управление качеством (Деминг)
- 6.4.3. Всеобщее управление качеством (Джуран)
- 6.4.4. Всеобщее управление качеством (Кросби)
- 6.4.5. Всеобщее управление качеством (Фейгенбаум)
- 6.4.6. Всеобщее управление качеством (Исикава)
- 6.4.7. Всеобщее управление качеством (Тагути)
- 6.4.8. Всеобщее управление качеством (TQM) в применении к сектору туризма

### 6.5. Затраты на качество на предприятиях туризма

- 6.5.1. Понятие и классификация затрат, связанных с качеством
- 6.5.2. Затраты, возникающие в результате неудач
- 6.5.3. Отмена профилактических мероприятий
- 6.5.4. Расходы, связанные с мониторингом и оценками
- 6.5.5. Кривая общих затрат, связанных с качеством
- 6.5.6. Важность управления затратами на качество в туристической компании.

### 6.6. Анализ, диагностика, планирование и контроль качества в туризме

- 6.6.1. Процесс качественного туристического обслуживания
- 6.6.2. Разработка и внедрение системы качества в туристической компании
- 6.6.3. Этапы процесса внедрения системы качества

### 6.7. Процессы внедрения системы качества и охраны окружающей среды

- 6.7.1. Интерпретация стандарта
- 6.7.2. Внедрение процессов и руководств по качеству
- 6.7.3. Инструменты качества
- 6.7.4. Планы по совершенствованию.
- 6.7.5. Внутренний и внешний аудит

### 6.8. Качество туризма

- 6.8.1. Стандарты UNE и ISO в области качества туризма
- 6.8.2. Международные стандарты качества туризма.

### 6.9. Управление качеством в сфере туристических услуг

- 6.9.1. Качество туристических услуг и восприятие клиентов
- 6.9.2. Методы выявления удовлетворенности потребителей
- 6.9.3. Онлайн управление репутацией предложений и жалоб
- 6.9.4. Модель SERQUAL применительно к туристическому предприятию
- 6.9.5. Модель HOTELQUAL

### 6.10. Инновации в туристическом секторе

- 6.10.1. Управление инновациями
- 6.10.2. Введение в инновации
- 6.10.3. Виды инноваций. Инновации в процессах управления
- 6.10.4. Инновационный менеджмент: стратегии
- 6.10.5. Стандартизация в НИОКР



**Модуль 7. Поведение потребителей****7.1. Поведение потребителей и маркетинг**

- 7.1.1. Маркетинг и поведение потребителей
- 7.1.2. Изучение поведения потребителей
- 7.1.3. Концепция поведения потребителей
- 7.1.4. Потребитель
- 7.1.5. Поведение потребителей и маркетинг-микс
- 7.1.6. Модели поведения потребителей

**7.2. Внешние факторы**

- 7.2.1. Внешние факторы: макросреда и микросреда
- 7.2.2. Демографическая среда
- 7.2.3. Экономическая среда
- 7.2.4. Политическая, правовая, экологическая, технологическая среда
- 7.2.5. Социальная и культурная среда
- 7.2.6. Социальные классы
- 7.2.7. Социальные группы
- 7.2.8. Семья
- 7.2.9. Ситуационные факторы

**7.3. Внутренние факторы**

- 7.3.1. Потребности, желания и мотивация
- 7.3.2. Восприятие
- 7.3.3. Опыт и обучение
- 7.3.4. Память
- 7.3.5. Настрой
- 7.3.6. Личностные характеристики

**7.4. Процесс принятия решения о покупке**

- 7.4.1. Процесс принятия решения
- 7.4.2. Признание необходимости
- 7.4.3. Поиск информации
- 7.4.4. Процесс оценки альтернатив

**7.5. Решения о покупке и поведение после покупки**

- 7.5.1. Решение о покупке
- 7.5.2. Выбор заведения и бренда
- 7.5.3. Процессы после покупки
- 7.5.4. Детерминанты удовлетворенности/неудовлетворенности

**7.6. Тенденции в поведении потребителей**

- 7.6.1. Новая социальная сцена для нового потребителя
- 7.6.2. Типы покупательского поведения
- 7.6.3. Стили принятия решения о покупке
- 7.6.4. Уровень вовлеченности потребителей
- 7.6.5. Шопинг или "поход по магазинам"
- 7.6.6. Импульсивная покупка и компульсивная покупка
- 7.6.7. Потребитель в Интернете
- 7.6.8. Консюмеризм и защита прав потребителей

**Модуль 8. Реклама и связи с общественностью**

**8.1. Реклама и связи с общественностью: концептуальные основы**

- 8.1.1. Что такое убеждающая коммуникация?
- 8.1.2. Понятие и аспекты рекламы и связей с общественностью

**8.2. Исторический подход к феномену рекламы и связей с общественностью**

- 8.2.1. Новые тенденции в рекламе. Современные области применения связей с общественностью
- 8.2.2. Спонсорство, меценатство, лоббирование, реклама

**8.3. Основы системы и процесса рекламы**

- 8.3.1. Отправитель в рекламе: рекламодатель и рекламное агентство
- 8.3.2. Общие характеристики процесса

**8.4. Сообщение в рекламе**

- 8.4.1. Рекламные сообщения в обычных СМИ

**8.5. Канал в рекламе: средства массовой информации, медиа и рекламные формы**

- 8.5.1. Обычные и *below the line* СМИ

**8.6. Получатель в рекламе: целевая аудитория**

- 8.6.1. Поведение потребителей: обуславливающие факторы

**8.7. Основы рекламного процесса**

- 8.7.1. Стратегическое планирование рекламы
- 8.7.2. Предварительный этап: брифинг и цели рекламы
- 8.7.3. Креативная стратегия. Медиа-стратегия

**8.8. Основы системы и процесса связей с общественностью**

- 8.8.1. Отправитель в связях с общественностью
- 8.8.2. Связи с общественностью в организациях
- 8.8.3. Компания по связям с общественностью

**8.9. Сообщение в сфере связей с общественностью**

- 8.9.1. Редакция в сфере связей с общественностью
- 8.9.2. Выступление в сфере связей с общественностью

**8.10. Канал в связях с общественностью**

- 8.10.1. Личные и массовые СМИ
- 8.10.2. Получатель в сфере связей с общественностью
- 8.10.3. Стратегическая аудитория по связям с общественностью

**Модуль 10. Туризм и сотрудничество в области местного развития**

**9.1. Подход к проблеме развития**

- 9.1.1. Основные понятия
- 9.1.2. Бедность и развитие
- 9.1.3. Виды туризма и устойчивое развитие
- 9.1.4. Дисбаланс между Севером и Югом. Концепция развития
- 9.1.5. Цели развития тысячелетия (ЦРТ). Права человека

**9.2. Помощь, субъекты и правовые рамки международного сотрудничества в области развития**

- 9.2.1. Историческая эволюция международного сотрудничества в области развития
- 9.2.2. Введение в международное сотрудничество в области развития
- 9.2.3. Краткая история систем сотрудничества в области развития

**9.3. Туризм - инструмент международного сотрудничества**

- 9.3.1. Роль женщин в политике международного сотрудничества
- 9.3.2. Права женщин и их интеграция в политику сотрудничества AECID
- 9.3.3. Различия и сходства между Women in Development и Gender and development
- 9.3.4. Всемирные женские конференции

**9.4. Управление в некоммерческом секторе**

- 9.4.1. Рост некоммерческого сектора и партнерства в глобальном масштабе
- 9.4.2. Некоммерческий сектор и его организации: классификация
- 9.4.3. Управление некоммерческими организациями как сотрудничество для развития местного туризма

**9.5. Стратегическое планирование в некоммерческих организациях**

- 9.5.1. Концептуализация
- 9.5.2. Стратегическое планирование шаг за шагом

**9.6. Влияние партнерских отношений на общество**

- 9.6.1. Вклад в качество жизни и управление странами
- 9.6.2. Негативные последствия деятельности третьего сектора
- 9.6.3. Сотрудничество в некоммерческом секторе

**9.7. Экотуризм как стратегия сотрудничества в области местного развития**

- 9.7.1. Истоки экотуризма
- 9.7.2. Элементы экотуризма
- 9.7.3. Экономические аспекты, связанные с экотуризмом
- 9.7.4. Участие местного населения

**9.8. Планирование экотуризма**

- 9.8.1. Дизайн проекта
- 9.8.2. Маркетинг экотуризма
- 9.8.3. Каналы распределения
- 9.8.3. Ответственность эко туриста

**9.9. Тематические исследования**

- 9.9.1. Туризм на базе этнических общин: тематическое исследование в Чианграе
- 9.9.2. Развитие сообществ в направлении устойчивого туризма
- 9.9.3. Туризм в Таиланде: общественные подходы и политика
- 9.9.4. Привлечение местного сообщества к разработке социальной политики
- 9.9.5. Разработка местных планов: вопросы и преимущества участия местного населения



*Уникальный, важный и значимый курс обучения для повышения вашей квалификации”*

07

# Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.





“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

## Бизнес-школа TECH использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

*С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”*



*Эта программа подготовит вас к решению бизнес-задач в условиях неопределенности и достижению успеха в бизнесе.*



*Наша программа подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере.*

## Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля для того, чтобы предложить менеджерам задачи и бизнес-решения на самом высоком уровне, на международной арене. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху.

Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и деловым реалиям.

“

*В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде”*

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

## Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает различные дидактические элементы в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

*Наша онлайн-система позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптируя его к вашему графику. Вы сможете получить доступ к содержанию с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет.*

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наша Бизнес-школа - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.





В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

*Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.*

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



#### Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



#### Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



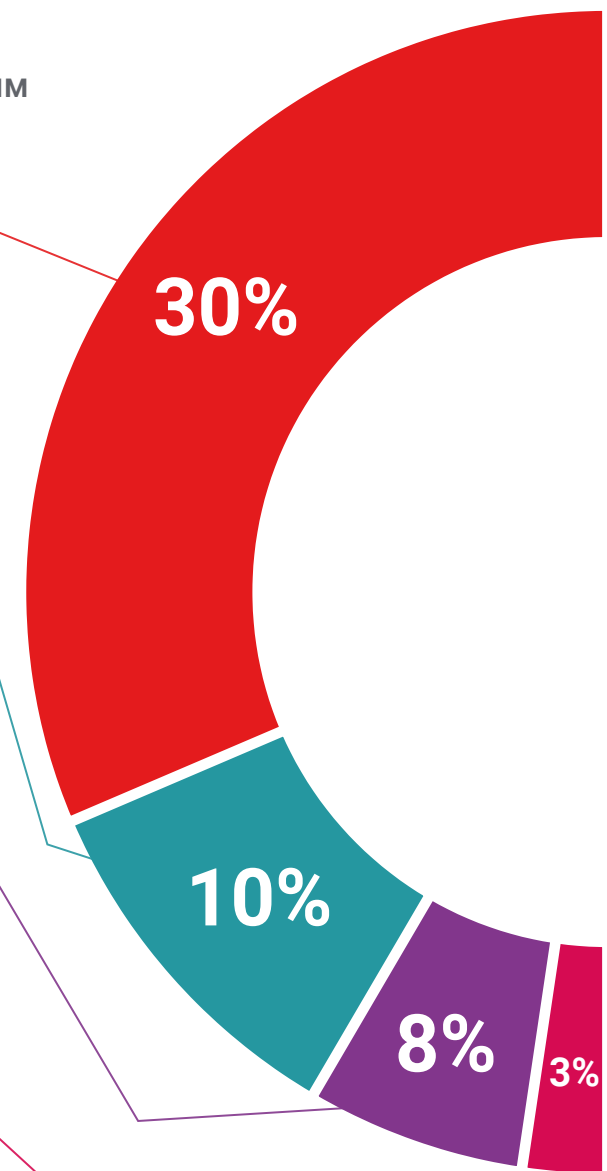
#### Практика управленческих навыков

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных управленческих компетенций в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых топ-менеджеру в условиях глобализации, в которой мы живем.



#### Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





#### Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами в области высшего менеджмента на международной арене.



#### Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



#### Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.

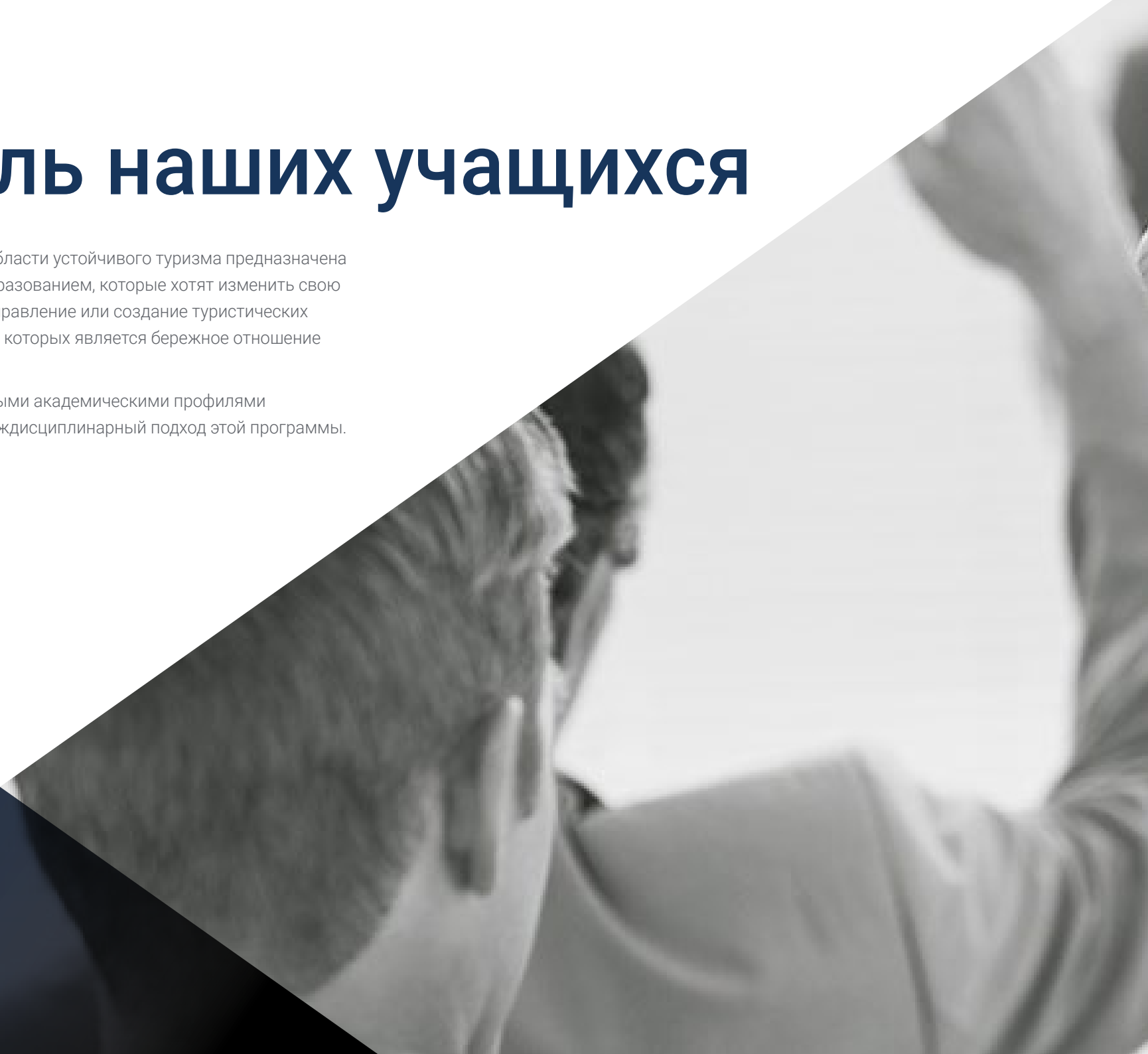


08

# Профиль наших учащихся

Данная Бизнес-магистратура в области устойчивого туризма предназначена для людей с университетским образованием, которые хотят изменить свою карьеру и ориентировать ее на управление или создание туристических компаний, основной философией которых является бережное отношение к окружающей среде.

Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.



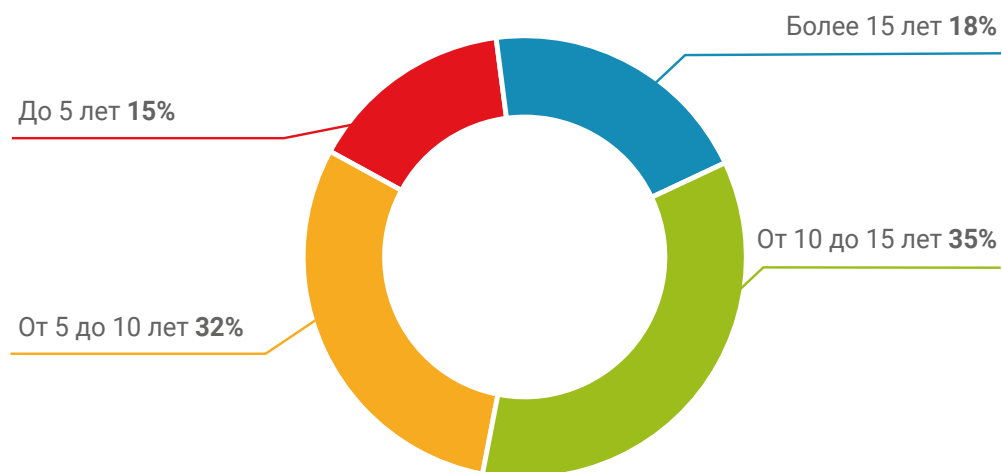
“

*Пройдя эту программу,  
вы расширите свои навыки  
и умения в области цифрового  
маркетинга, ориентированного  
на сектор устойчивого туризма”*

## Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

## Годы практики



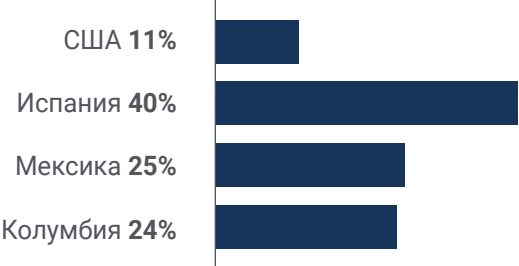
## Образование



## Академический профиль



### Географическое распределение



## Моника Перес

Управляющая экологичным отелем

*"Хотя я самоучка, я уже давно подумывала о том, чтобы пройти программу специализации в этой области, чтобы получить современные знания и выделиться среди других профессионалов в этом секторе. К счастью, в TECH я нашла эту программу Бизнес-магистратура в области устойчивого туризма, которая оказалась очень полезной для меня и расширила мои профессиональные горизонты"*

09

# Влияние на карьеру

Изучение подобной программы - это инвестиция, которая приведет к профессиональному и личностному росту. С этой целью TECH предоставляет самый актуальное содержание, применяя новейшие академические технологические инструменты. В наглядной, удобной форме и с помощью гибкой системы студенты достигнут своих целей и смогут укрепить навыки и способности, необходимые для достижения изменений, к которым они стремятся.





“

*TECH предоставляет  
в ваше распоряжение все  
дидактические инструменты,  
чтобы помочь вам достичь  
своих профессиональных целей”*

## Готовы ли вы решиться на перемены? Вас ждет отличный профессиональный рост

Бизнес-магистратура TECH по устойчивому туризму - это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению проблем и принятию бизнес-решений в туристическом секторе. Главная цель - способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

Если вы хотите усовершенствоваться, добиться положительных изменений на профессиональном уровне и пообщаться с лучшими, это место для вас.

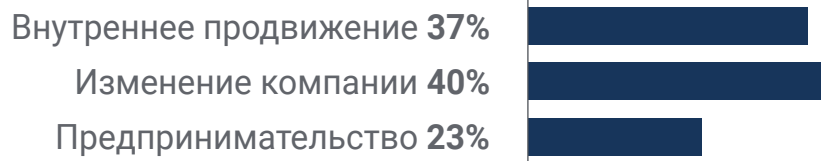
*Если вы хотите добиться профессионального успеха, эта программа обеспечит вам отличное понимание различных моделей поведения потребителей.*

*Совершите желаемый профессиональный скачок, расширив свои знания в области местного сотрудничества и управления качеством.*

### Время перемен



### Изменения



## Повышение заработной платы

---

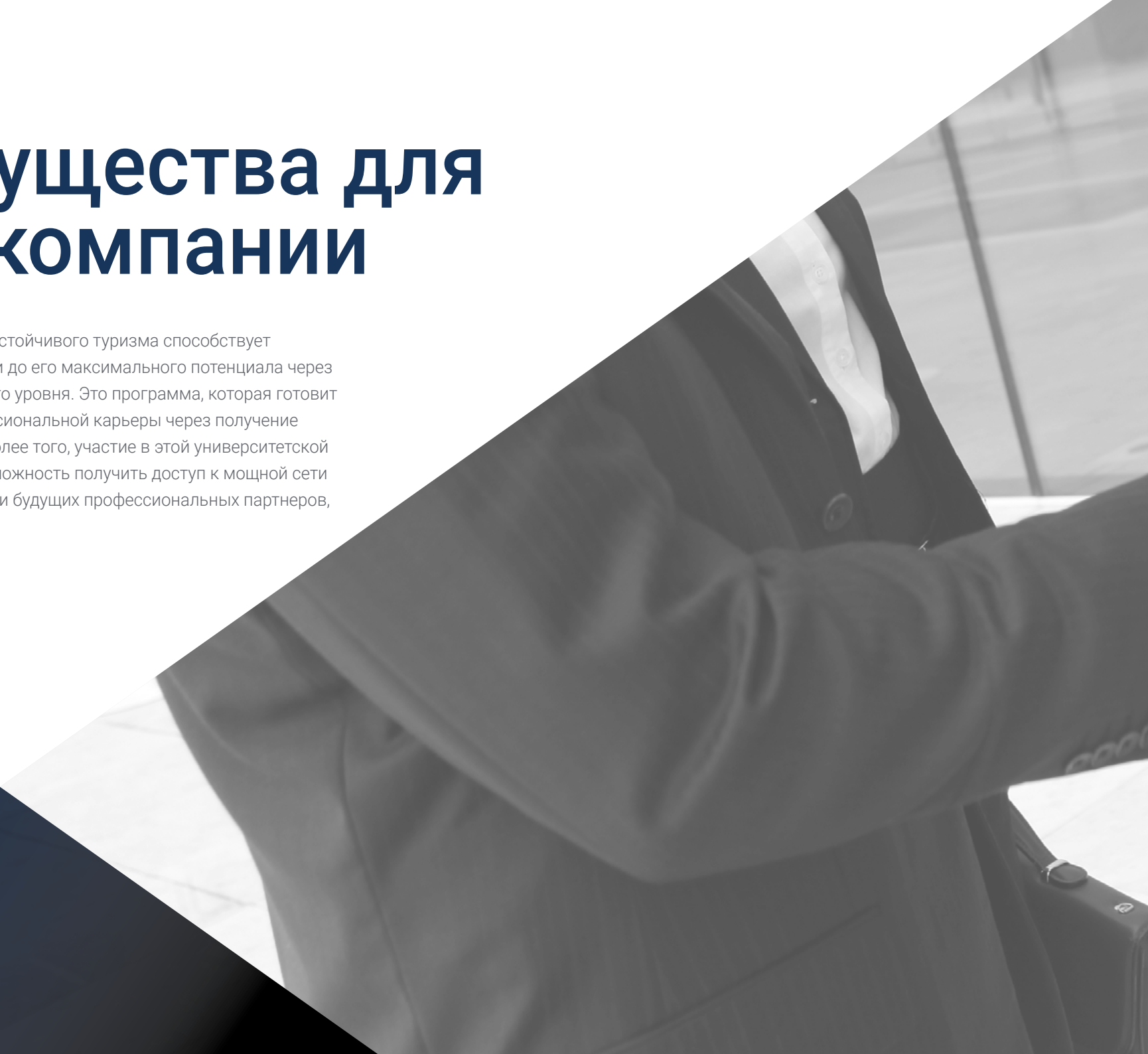
Прохождение этой программы означает для наших студентов повышение заработной платы более чем на **25,22%**.



10

# Преимущества для вашей компании

Бизнес-магистратура в области устойчивого туризма способствует повышению таланта организации до его максимального потенциала через специализацию лидеров высокого уровня. Это программа, которая готовит студентов к достижению профессиональной карьеры через получение более высокой квалификации. Более того, участие в этой университетской программе - это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.



“

После обучения в ТЕСН вы получите глобальное видение своей профессии, что позволит вам предлагать более инновационные и успешные стратегии в секторе устойчивого туризма”

Развитие и удержание талантов в компаниях – лучшая долгосрочная инвестиция.

**01**

### **Рост талантов и интеллектуального капитала**

Профессионал привносит в компанию новые концепции, стратегии и перспективы, которые могут привести к соответствующим изменениям в организации.

---

**02**

### **Удержание руководителей с высоким потенциалом и избежание "утечки мозгов"**

Эта программа укрепляет связь между компанией и специалистом и открывает новые возможности для профессионального роста внутри компании.

**03**

### **Создание агентов изменений**

Вы сможете принимать решения в периоды неопределенности и кризиса, помогая организации преодолеть их.

---

**04**

### **Расширение возможностей для международной экспансии**

Эта программа позволит компании установить контакт с основными рынками мировой экономики.

05

### Разработка собственных проектов

Профессионал может работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в области НИОКР или развития бизнеса своей компании.

---

06

### Повышение конкурентоспособности

Данная программа предоставит специалистам необходимые навыки, чтобы они могли решать новые задачи и тем самым двигать организацию вперед.



11

# Квалификация

Бизнес-магистратура в области устойчивого туризма гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Бизнес-магистратура, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.





““

*Успешно пройдите эту программу  
и получите университетский диплом  
без хлопот, связанных с поездками  
и оформлением документов”*

Данная **Бизнес-магистратура в области устойчивого туризма** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура** выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Бизнес-магистратура, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Бизнес-магистратура в области устойчивого туризма**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



\*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.



## Бизнес-магистратура Устойчивый туризм

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

# Бизнес-магистратура

## Устойчивый туризм

