

Executive Master Nachhaltiger Tourismus

M N T





Executive Master Nachhaltiger Tourismus

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Fachleute mit nachweislicher Erfahrung in diesem Sektor

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-nachhaltiger-tourismus

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH
studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

Seite 26

07

Methodik

Seite 36

08

Profil unserer Studenten

Seite 44

09

Auswirkung auf Ihre
Karriere

Seite 48

10

Vorteile für Ihr
Unternehmen

Seite 52

11

Qualifizierung

Seite 56

01

Willkommen

In einer umweltbewussteren Gesellschaft werden das nachhaltige Tourismusprodukt und die Qualität der Dienstleistungen von verschiedenen Verbrauchertypen zunehmend geschätzt. Die Gründung von Unternehmen, die sich auf dieses Konzept stützen, nimmt zu, so dass es einen Bedarf an spezialisierten Fachleuten mit einer ausgeprägten Führungsrolle gibt, die bereit sind, sich vom Massentourismus zu entfernen und sich anderen Arten des Reisens und des Genießens des Lokalen zu nähern, um in einem boomenden Sektor zu gedeihen. Dieses 100%ige Online-Programm wurde mit dem Ziel entwickelt, Fachleuten spezialisierte und differenzierte Kenntnisse über die Veränderungen im Bereich des Tourismus zu vermitteln, einschließlich gezieltem Marketing, Verwaltung des kulturellen Erbes und touristischer Innovation. All dies in einem flexiblen Format, das es den Managern ermöglicht, ihre beruflichen Verpflichtungen mit einer Lehre zu verbinden, die an der Spitze der akademischen Welt steht.



Executive Master in Nachhaltiger Tourismus
TECH Global University



“

Der Tourismussektor braucht Fachleute, die sich in hohem Maße für die Umwelt engagieren. Aus diesem Grund bietet TECH Ihnen die notwendigen Informationen über das neue Modell des nachhaltigen Tourismus“

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zum geschäftlichen Erfolg zu verhelfen"

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa" für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

95% | der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

+100.000 jährlich spezialisierte Manager
+200 verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500 | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.



Mit den Besten lernen

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können”

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.

04 Ziele

Dieser Executive Master vermittelt den Studenten die aktuellsten Informationen über nachhaltigen Tourismus, die Umsetzung von Ökotourismusstrategien und die verschiedenen Marketinginstrumente, die in diesem Sektor erfolgreich eingesetzt werden. All dies wird dank der multimedialen Inhalte möglich sein, die auf Videozusammenfassungen, detaillierten Videos oder interaktiven Diagrammen basieren, die diesen Abschluss ausmachen.



“

Sie erhalten das aktuelle Wissen, das Sie benötigen, um ein traditionelles Tourismusunternehmen in ein Unternehmen mit nachhaltigem Tourismus umzuwandeln“

**TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen.
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen.**

Der **Executive Master in Nachhaltiger Tourismus** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Kennen der verschiedenen Arten von Räumen und Reisezielen, ihrer Bewertung und ihrer Einflussfaktoren

04

Kennen der Verbrauchertypologien und der Typen von internationalen Reisezielen

02

Entdecken der Faktoren, die für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus erforderlich sind

03

Wissen, wie die weltweite Tourismusstruktur auf allgemeiner Ebene funktioniert

05

Verstehen der Entwicklung der wichtigsten internationalen Reiseziele



06

Kennen der wichtigsten Maßnahmen im Zusammenhang mit der Tourismusplanung, die in öffentlichen Plänen enthalten sind

08

Kennen und Verwenden der Marketing- oder Verbraucherorientierung im Entscheidungsprozess des Tourismusunternehmens

09

Verstehen der Bedeutung der Kundenbindung für Tourismusprodukte und Beziehungsmarketing

07

Kennen der wichtigsten Initiativen zur Aufwertung des kulturellen Erbes

10

Verstehen der grundlegenden Konzepte des Tourismus in Bezug auf Geschichte, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Nachhaltigkeit



11

Kennen der Entwicklung des Tourismus in den verschiedenen Szenarien, in denen er sich bewegt, und im aktuellen Kontext

12

Untersuchen der Struktur der Tourismusk Märkte und ihrer Auswirkungen auf die soziale, wirtschaftliche und ökologische Dimension

13

Identifizieren der Tools, die derzeit zur Analyse des Website-Traffics verwendet werden

14

Erlernen der grundlegenden Konzepte von Systemen und Prozessen der Werbekommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, in Abgrenzung zu anderen verwandten akademischen und beruflichen Bereichen



15

Entwickeln der für die Berufspraxis erforderlichen Fähigkeiten, vor allem durch die Schaffung von Mechanismen zur Förderung von Kreativität, intellektueller Neugier, Verantwortung und Respekt vor der Menschenwürde

16

Kennen des Non-Profit-Sektors und seiner Funktionsweise als Teil der lokalen Entwicklung von Gemeinden, als kollaborierende Einheiten oder Vorläufer von nachhaltigen Tourismusaktivitäten

17

Kennen des Beitrags des Ökotourismus als kohäsives Element zwischen der Bevölkerung und der lokalen Entwicklung, wobei nachhaltige Tourismusprojekte in verschiedenen soziokulturellen Umgebungen durchgeführt werden



05

Kompetenzen

Dieses Hochschulprogramm wurde mit dem Hauptziel konzipiert, die Führungskompetenzen von Fachleuten des Tourismussektors im Bereich des nachhaltigen Tourismus oder deren Ziel es ist, ihr eigenes Projekt zu gründen, zu stärken. Zu diesem Zweck verfügt es über alle verfügbaren Instrumente sowie über praktische Fallstudien, die ihnen die aktuelle Realität der Tourismusbranche näher bringen werden.



“

Dank dieses 100%igen Online-Programms können Sie sich über die neuesten Entwicklungen im Bereich der Planung von Ökotourismus informieren“

01

Anwenden der Inhalte der Öffentlichkeitsarbeit auf den Tourismus durch kritisches Denken und Reflexion auf der Grundlage der Analyse der Inhalte und konkreter Fallstudien

02

In der Lage sein, die erworbenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Förderung einer Gesellschaft einzusetzen, die auf den Werten der Freiheit, der Gerechtigkeit, der Gleichheit und des Pluralismus beruht

03

Richtiges Durchführen einer SWOT-Analyse

04

Erkennen der psychografischen Profile von Personen in ihrem Verhalten als Freizeit- und Tourismuskonsumenten

05

Verstehen des Kaufentscheidungsprozesses und der Faktoren, die ihn beeinflussen



06

Analysieren der durch den Tourismus verursachten Auswirkungen

08

Identifizieren und Managen von Sehenswürdigkeiten und Reisezielen

09

Analysieren der internationalen Normung: Internationale Normungsinitiativen und Hauptakteure

07

Leiten und Managen der verschiedenen Arten von Tourismusunternehmen

10

Analysieren von Innovationsmodellen und Standardisierung rund um die kreativen Prozesse der Innovation



11

Interpretieren von Modellen des Verbraucherverhaltens

12

Verwenden korrekter Geschäftsterminologie bei der Entwicklung und Präsentation von Aufträgen und Projekten

13

Auswerten vorhandener Informationen über ein Reiseziel

14

Identifizieren der Auswirkungen, die der Tourismus mit sich bringt



15

Untersuchen der verschiedenen Teilsektoren des Tourismus und ihrer Funktionsweise in den Tourismusdestinationen der Welt

16

Einsetzen der Tools, die derzeit zur Analyse des Website-Traffics verwendet werden

17

Verwalten des Tourismusgebiets in Übereinstimmung mit den Prinzipien der Nachhaltigkeit

18

Verwalten des nachhaltigen Tourismus als Instrument der sozialen Entwicklungszusammenarbeit und dabei die soziale und kulturelle Identität der Gastgemeinden respektieren



06

Struktur und Inhalt

Dieser Executive Master ist so konzipiert, dass Berufstätige ihn jederzeit von ihrem Computer, Tablet oder Mobiltelefon aus absolvieren können. Da es keine festen Unterrichtszeiten gibt, können sich die Studenten das Lehrpensum nach ihren Bedürfnissen einteilen und sich mit Innovation, Qualität, öffentlichem Management von Tourismuszielen oder Verbraucherverhalten befassen.



“

Das Relearning-System, das TECH in ihren Studiengängen einsetzt, reduziert die langen Studienzeiten, die bei anderen Methoden so häufig vorkommen“

Lehrplan

Der Executive Master in Nachhaltiger Tourismus der TECH Global University ist ein intensives Programm, das die Studenten auf die Herausforderungen und Entscheidungen der Geschäftswelt vorbereitet. Der Inhalt dieses Programms ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung von Managementfähigkeiten zu fördern, die eine rigorosere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen ermöglichen.

Während der 1.800 Unterrichtsstunden werden die Studenten in Einzelarbeit eine Vielzahl praktischer Fälle analysieren, was ihnen ein kontextbezogenes Lernen ermöglicht, das sehr nützlich sein wird, um alles, was sie gelernt haben, in der Geschäftswelt umzusetzen. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Diese universitäre Weiterbildung befasst sich eingehend mit verschiedenen Bereichen des Tourismussektors und

soll den Fachleuten eine Spezialisierung ermöglichen, um nachhaltigen Tourismus aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive zu verstehen.

Ein Plan, der sich auf die berufliche Weiterentwicklung konzentriert und die Studenten darauf vorbereitet, Spitzenleistungen im Management und in der Unternehmensführung im Bereich des Tourismus zu erreichen. Ein Programm, das als Antwort auf die Bedürfnisse eines Sektors geschaffen wurde, der hochqualifiziertes Personal benötigt. All dies durch innovative Inhalte, die auf den neuesten Trends basieren und durch die beste pädagogische Methodik unterstützt werden, die den Studenten die Fähigkeiten vermittelt, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Modul 1	Planung und Management von nachhaltigen Tourismusräumen
Modul 2	Verwaltung des kulturellen Erbes
Modul 3	Grundlagen des Marketings
Modul 4	Struktur der Tourismuskmärkte
Modul 5	Interaktive Tourismuswerbung und -kommunikation
Modul 6	Qualitäts- und Innovationsmanagement im Tourismus
Modul 7	Verbraucherverhalten
Modul 8	Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
Modul 9	Tourismus und lokale Entwicklungszusammenarbeit



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Executive Master in Nachhaltiger Tourismus vollständig online zu absolvieren. Während der 12-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Planung und Management von nachhaltigen Tourismusräumen

1.1. Tourismus-System und Tourismusszenarien

- 1.1.1. Tourismus-System
- 1.1.2. Territorialität des Tourismus
- 1.1.3. Die wichtigsten touristischen Szenarien

1.2. Tourismuspolitik und Nachhaltigkeit

- 1.2.1. Tourismuspolitische Instrumente
- 1.2.2. Allgemeiner Tourismusplan und Planung
- 1.2.3. Nachhaltigkeit im Tourismussektor

1.3. Strategische Planung für den Tourismussektor

- 1.3.1. Theoretische Analyse der strategischen Planung
- 1.3.2. Entwicklung des strategischen Plans für den Reisezieltourismus
- 1.3.3. Gliederung und Inhalt eines Strategieplans
- 1.3.4. Entwicklungsphasen

1.4. Diagnose, Entwicklung und Methodologie

- 1.4.1. Methodologie für die Entwicklung der Diagnose
- 1.4.2. Ressourcen und Typologie der touristischen Ressourcen
- 1.4.3. Informationsmöglichkeit und SWOT-Analyse

1.5. Definition des Modells und der Entwicklungsstrategien

- 1.5.1. Definition der Ziele und des Entwicklungsmodells
- 1.5.2. Definition von Strategien und Aktionslinien

Modul 2. Verwaltung des kulturellen Erbes

2.1. Einführung in das kulturelle Erbe

2.2. Politik zur Erhaltung des kulturellen Erbes

2.3. Kulturelles Erbe als Touristenattraktion

2.4. Touristische Ressourcen, Räume und Märkte

2.5. Bedeutung des Reiseleiters und der Interpretation des kulturellen Erbes

Modul 3. Grundlagen des Marketings

3.1. Grundlegende Konzepte

- 3.1.1. Einführung
- 3.1.2. Grundlagen des Marketings
- 3.1.3. Marketingstufen oder -ansätze
- 3.1.4. Nützlichkeit, Zufriedenheit und Qualität
- 3.1.5. Austausch, Transaktion und Beziehungen
- 3.1.6. Konzept und Aufgaben der kaufmännischen Leitung
- 3.1.7. Marketing-Tools

3.2. Der Markt

- 3.2.1. Marktkonzept und Umfeld
- 3.2.2. Klassifizierung des Marktes
- 3.2.3. Die Mikroumgebung oder spezifische Umgebung
- 3.2.4. Die Makroumgebung oder allgemeine Umgebung
- 3.2.5. Der Markt und das Umfeld im Marketingplan

3.3. Segmentierung und Positionierung

- 3.3.1. Grundlagen und Ziele der Segmentierung
- 3.3.2. Kriterien der Segmentierung
- 3.3.3. Etappen des Segmentierungsprozesses
- 3.3.4. Kommerzielle Strategie und Segmentierung
- 3.3.5. Positionierung

3.4. Kommerzielle Forschung und Informationssystem

- 3.4.1. Konzepte und Anwendungen der kommerziellen Forschung
- 3.4.2. Etappen der kommerziellen Forschung
- 3.4.3. Informationsquellen
- 3.4.4. Arten der kommerziellen Forschung
- 3.4.5. Fragebogen und Stichprobe

3.5. Verbraucherverhalten

- 3.5.1. Einführung
- 3.5.2. Prozess der Kaufentscheidung
- 3.5.3. Interne Faktoren

- 3.5.4. Externe Faktoren
- 3.5.5. Arten von Käufen
- 3.5.6. Reaktion der Verbraucher
- 3.5.7. Modellierung des Verbraucherverhaltens

Modul 4. Struktur der Tourismuskärkte

4.1. Einföhrung in den Tourismus

- 4.1.1. Konzept des Tourismus, Ursprung und Entwicklung
- 4.1.2. Definitionen von Tourismus
- 4.1.3. Arten von Tourismus
- 4.1.4. Lebenszyklus des Tourismusprodukts
- 4.1.5. Nachhaltiger Tourismus

4.2. Tourismus im Wandel der Zeit

- 4.2.1. Geschichte des Tourismus bis zum 20. Jahrhundert
- 4.2.2. Zeitgenössischer Tourismus (20. und 21. Jahrhundert)

4.3. Planung des Tourismus

- 4.3.1. Prozess der touristischen Raumplanung
- 4.3.2. Instrumente der Tourismusplanung: der Tourismusentwicklungsplan
- 4.3.3. Nachhaltigkeit als Kriterium für die Tourismusplanung

4.4. Tourismuswirtschaft

- 4.4.1. Produktionsprozess im Tourismus
- 4.4.2. Bedeutung der wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus
- 4.4.3. Touristische Zahlungsbilanz

4.5. Touristenströme

- 4.5.1. Internationale Touristenströme
- 4.5.3. Touristische Ziele und Quellmärkte

4.6. Touristische Nachfrage

- 4.6.1. Berechnung der touristischen Nachfrage
- 4.6.2. Einreisetourismus
- 4.6.3. Ausreisetourismus
- 4.6.4. Faktoren, die die touristische Nachfrage beeinflussen
- 4.6.5. Saisonalität der Nachfrage
- 4.6.6. Trends in der touristischen Nachfrage

4.7. Touristisches Angebot

- 4.7.1. Analyse des touristischen Angebots
- 4.7.2. Angebot an touristischen Ressourcen: Natur und Kultur
- 4.7.3. Das touristische Angebot in Bezug auf technologische Innovationen: neue Geschäftsmodelle
- 4.7.4. Nachhaltiger Tourismus in Bezug auf touristische Angebot

4.8. Das Tourismusunternehmen

- 4.8.1. Konzept des Tourismusunternehmens
- 4.8.2. Arten von Tourismusunternehmen
- 4.8.3. Das Umfeld des Tourismusunternehmens

4.9. Einführung in die wichtigsten Teilsektoren des Tourismus

- 4.9.1. Hotelsektor
- 4.9.2. Gaststättengewerbe
- 4.9.3. Reisebüros und Reiseveranstalter
- 4.9.4. Luftverkehr
- 4.9.5. Ergänzende Dienstleistungen

4.10. Struktur des Tourismuskärktes

- 4.10.1. Struktur des Welttourismuskärktes: Globalisierung
- 4.10.2. Struktur des internationalen Tourismuskärktes

Modul 5. Interaktive Tourismuswerbung und -kommunikation

5.1. Einführung: Überblick über das Internet

- 5.1.1. Wandel der Geschäftsmodelle im Tourismus

5.2. Grundlagen des digitalen Marketings. Digitale Strategie

- 5.2.1. Digitale Marketingstrategien für Tourismusunternehmen

5.3. Soziale Medien und Netzwerke. Facebook. Twitter. Instagram

5.4. Strategie und Verwaltung von Inhalten. Blogger. Wordpress. Medium. About.me

5.5. Digitale Metriken. Web-Analytik 2.0

5.6. Mobile und App

5.7. Digitale Medien und Werbung

5.8. Suchmaschinen. SEO. SEM. Google AdSense. Google AdWords

5.9. Kommunikation 2.0. Online Reputation. Community Management

5.10. E-Mail Marketing

Modul 6. Qualitäts- und Innovationsmanagement im Tourismus

6.1. Qualitätsmanagement für Dienstleistungen

- 6.1.1. Qualität der Dienstleistungen
- 6.1.2. Merkmale und Dimensionen der Dienstleistungsqualität
- 6.1.3. Qualität aus der Sicht der Kunden. Qualitätsstufen

6.2. Qualitätsmanagement im Tourismus

- 6.2.1. Grundlagen des Qualitätsmanagements
- 6.2.2. Qualitätsmanagementsysteme
- 6.2.3. Qualität als Managementinstrument
- 6.2.4. Qualitätsmanagementsysteme
- 6.2.5. Systeme für *Total Quality Management*

6.3. Einführung in die Qualität: Konzepte und Entwicklung

- 6.3.1. Dienstleistungsqualität in der Tourismusbranche
- 6.3.2. Qualitätskonzepte
- 6.3.3. Entwicklung des Qualitätskonzepts
- 6.3.4. Dimensionen und Prinzipien des Qualitätskonzepts
- 6.3.5. Der Qualitätsprozess für interne und externe Kunden

6.4. Die wichtigsten Theorien zur Qualität

- 6.4.1. Qualitätstheorien angewandt auf den Tourismussektor
- 6.4.2. *Total Quality Management* (Deming)
- 6.4.3. *Total Quality Management* (Juran)
- 6.4.4. *Total Quality Management* (Crosby)
- 6.4.5. *Total Quality Management* (Feigenbaum)
- 6.4.6. *Total Quality Management* (Ishikawa)
- 6.4.7. *Total Quality Management* (Taguchi)
- 6.4.8. *Total Quality Management* (TQM) angewandt auf den Tourismussektor

6.5. Qualitätskosten in Tourismusunternehmen

- 6.5.1. Konzept und Klassifizierung der mit der Qualität verbundenen Kosten
- 6.5.2. Kosten, die durch Fehler entstehen
- 6.5.3. Rückgängigmachung von Präventivmaßnahmen
- 6.5.4. Kosten, die durch Überwachung und Bewertungen entstehen
- 6.5.5. Die Gesamtkostenkurve in Verbindung mit Qualität
- 6.5.6. Die Bedeutung von Qualitätskostenmanagement in der Tourismusbranche

6.6. Analyse, Diagnose, Planung und Kontrolle der Qualität im Tourismus

- 6.6.1. Der Prozess einer hochwertigen touristischen Dienstleistung
- 6.6.2. Entwurf und Implementierung eines Qualitätssystems im Tourismusunternehmen
- 6.6.3. Phasen des Prozesses der Implementierung eines Qualitätssystems

6.7. Prozesse für die Einführung eines Qualitäts- und Umweltsystems

- 6.7.1. Auslegung der Norm
- 6.7.2. Implementierung von Qualitätsprozessen und -handbüchern
- 6.7.3. Qualitätstools
- 6.7.4. Plan zur Verbesserung
- 6.7.5. Interne und externe Audits

6.8. Touristische Qualität

- 6.8.4. UNE- und ISO-Normen zur Qualität im Tourismus
- 6.8.5. Internationale Qualitätsnormen für den Tourismus

6.9. Qualitätsmanagement für touristische Dienstleistungen

- 6.9.1. Dienstleistungsqualität im Tourismus und Kundenwahrnehmung
- 6.9.2. Techniken zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit
- 6.9.3. Online-Reputationsmanagement für Vorschläge und Beschwerden
- 6.9.4. Anwendung des SERVQUAL-Modells auf ein Tourismusunternehmen
- 6.9.5. HOTELQUAL-Modell

6.10. Innovation in der Tourismusbranche

- 6.10.1. Innovationsmanagement
- 6.10.2. Einführung in die Innovation
- 6.10.3. Arten von Innovationen. Innovation in Managementprozessen
- 6.10.4. Innovationsmanagement: Strategien
- 6.10.5. Standardisierung in FuEul

Modul 7. Verbraucherverhalten

7.1. Verbraucherverhalten und Marketing

- 7.1.1. Marketing und Verbraucherverhalten
- 7.1.2. Studium des Verbraucherverhaltens
- 7.1.3. Konzept des Verbraucherverhaltens
- 7.1.4. Der Verbraucher
- 7.1.5. Verbraucherverhalten und Marketing Mix
- 7.1.6. Modelle des Verbraucherverhaltens

7.2. Externe Faktoren

- 7.2.1. Externe Faktoren: Makroumgebung vs. Mikroumgebung
- 7.2.2. Demografisches Umfeld
- 7.2.3. Wirtschaftliches Umfeld
- 7.2.4. Politisches, rechtliches, ökologisches und technologisches Umfeld
- 7.2.5. Soziales und kulturelles Umfeld
- 7.2.6. Soziale Schichten
- 7.2.7. Soziale Gruppen
- 7.2.8. Die Familie
- 7.2.9. Situationsbedingte Faktoren

7.3. Interne Faktoren

- 7.3.1. Bedürfnisse, Wünsche und Motivationen
- 7.3.2. Wahrnehmungen
- 7.3.3. Erfahrung und Lernen
- 7.3.4. Erinnerungsvermögen
- 7.3.5. Verhaltensweisen
- 7.3.6. Persönliche Eigenschaften

7.4. Prozess der Kaufentscheidung

- 7.4.1. Entscheidungsprozess
- 7.4.2. Erkennung der Notwendigkeit
- 7.4.3. Suche nach Informationen
- 7.4.4. Prozess der Alternativenbewertung

7.5. Kaufentscheidungen und Verhalten nach dem Kauf

- 7.5.1. Kaufentscheidung
- 7.5.2. Wahl des Unternehmens und der Marke
- 7.5.3. Prozesse nach dem Kauf
- 7.5.4. Determinanten der Zufriedenheit/Unzufriedenheit

7.6. Trends im Verbraucherverhalten

- 7.6.1. Neues soziales Szenario für einen neuen Verbraucher
- 7.6.2. Arten des Kaufverhaltens
- 7.6.3. Stile der Kaufentscheidung
- 7.6.4. Grad der Einbeziehung des Verbrauchers
- 7.6.5. Shopping oder „einkaufen gehen“
- 7.6.6. Impulskäufe und zwanghaftes Kaufen
- 7.6.7. Der Verbraucher im Internet
- 7.6.8. Konsumverhalten und Verbraucherschutz

Modul 8. Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

8.1. Werbung und Öffentlichkeitsarbeit: konzeptionelle Grundlagen

- 8.1.1. Was ist persuasive Kommunikation?
- 8.1.2. Konzept und Dimension der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

8.2. Historische Annäherung an das Phänomen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

- 8.2.1. Neue Trends in der Werbung. Aktuelle Anwendungsbereiche der Öffentlichkeitsarbeit
- 8.2.2. *Sponsoring, Mäzenatentum, Lobbying, Publicity*

8.3. Grundlagen des Werbesystems und -prozesses

- 8.3.1. Der Sender in der Werbung: der Werbende und die Werbeagentur
- 8.3.2. Allgemeine Merkmale des Prozesses

8.4. Nachricht in der Werbung

- 8.4.1. Werbebotschaften in herkömmlichen Medien

8.5. Der Kanal in der Werbung: Medien, Träger und Werbeformen

- 8.5.1. Konventionelle Medien und *Below the Line*

8.6. Der Empfänger in der Werbung: das Zielpublikum

- 8.6.1. Verbraucherverhalten: beeinflussende Faktoren

8.7. Grundlagen des Werbeprozesses

- 8.7.1. Strategische Werbeplanung
- 8.7.2. Vorbereitungsphase: *Briefing* und Werbeziele
- 8.7.3. Die kreative Strategie. Medienstrategie

8.8. Grundlagen des Systems und des Prozesses der Öffentlichkeitsarbeit

- 8.8.1. Der Sender in der Öffentlichkeitsarbeit
- 8.8.2. Öffentlichkeitsarbeit in Organisationen
- 8.8.3. Die PR-Firma

8.9. Die Nachricht in der Öffentlichkeitsarbeit

- 8.9.1. Verfassen von Texten in der Öffentlichkeitsarbeit
- 8.9.2. Mündlicher Ausdruck in der Öffentlichkeitsarbeit

8.10. Die Kanal in der Öffentlichkeitsarbeit

- 8.10.1. Persönliche und Massenmedien
- 8.10.2. Der Empfänger in der Öffentlichkeitsarbeit
- 8.10.3. Strategisches Zielpublikum in der Öffentlichkeitsarbeit

Modul 9. Tourismus und lokale Entwicklungszusammenarbeit

9.1. Annäherung an das Problem der Entwicklung

- 9.1.1. Grundlegende Konzepte
- 9.1.2. Armut und Entwicklung
- 9.1.3. Arten von Tourismus und Nachhaltigkeit
- 9.1.4. Ungleichgewicht zwischen Nord und Süd. Konzept der Entwicklung
- 9.1.5. Millenniums-Entwicklungsziele (MDGs). Menschenrechte

9.2. Hilfe, Akteure und der rechtliche Rahmen der internationalen Entwicklungszusammenarbeit

- 9.2.1. Historische Entwicklung der internationalen Entwicklungszusammenarbeit
- 9.2.2. Einführung in die internationale Entwicklungszusammenarbeit
- 9.2.3. Kurze Geschichte der Systeme der Entwicklungszusammenarbeit

9.4. Tourismus, ein Instrument der internationalen Zusammenarbeit

- 9.4.1. Die Rolle der Frauen in der Politik der internationalen Zusammenarbeit
- 9.4.2. Die Rechte der Frauen und ihre Einbeziehung in die Kooperationspolitik der AECID
- 9.4.3. Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Frauen in der Entwicklung und Gender in der Entwicklung
- 9.4.4. Weltfrauenkonferenzen

9.5. Management im Non-Profit-Sektor

- 9.5.1. Das Wachstum des Non-Profit-Sektors und der Partnerschaft auf globaler Ebene
- 9.5.2. Der Non-Profit-Sektor und seine Organisationen: Klassifizierung
- 9.5.3. Das Management von Non-Profit-Organisationen als Kooperation für die lokale Tourismusentwicklung

9.6. Strategische Planung in Non-Profit-Organisationen

- 9.6.1. Konzeptualisierung
- 9.6.2. Strategische Planung Schritt für Schritt

9.7. Die Auswirkungen von Partnerschaften auf die Gesellschaft

- 9.7.1. Beiträge zur Lebensqualität und Regierungsführung in den Ländern
- 9.7.2. Negative Folgen des Handelns des Dritten Sektors
- 9.7.3. Zusammenarbeit im Non-Profit-Sektor

9.8. Ökotourismus als Strategie für die lokale Entwicklungszusammenarbeit

- 9.8.1. Die Ursprünge des Ökotourismus
- 9.8.2. Elemente des Ökotourismus
- 9.8.3. Wirtschaftliche Aspekte des Ökotourismus
- 9.8.4. Einbindung der lokalen Bevölkerung

9.9. Planung von Ökotourismus

- 9.9.1. Projektentwurf
- 9.9.2. Marketing für Ökotourismus
- 9.9.3. Vertriebskanäle
- 9.9.4. Verantwortung des Ökotouristen

9.10. Fallstudien

- 9.10.1. Ethnischer gemeindebasierter Tourismus: eine Fallstudie in Chiang Rai
- 9.10.2. Entwicklung der Gemeinschaft zu einem nachhaltigen Tourismus
- 9.10.3. Tourismus in Thailand: gemeindebasierte Ansätze und Strategien
- 9.10.4. Integration der Entwicklung der Sozialpolitik durch die lokale Gemeinschaft
- 9.10.5. Entwicklung lokaler Pläne: Probleme und Vorteile der lokalen Beteiligung

07

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning.**

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.



Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen"

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftshochschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



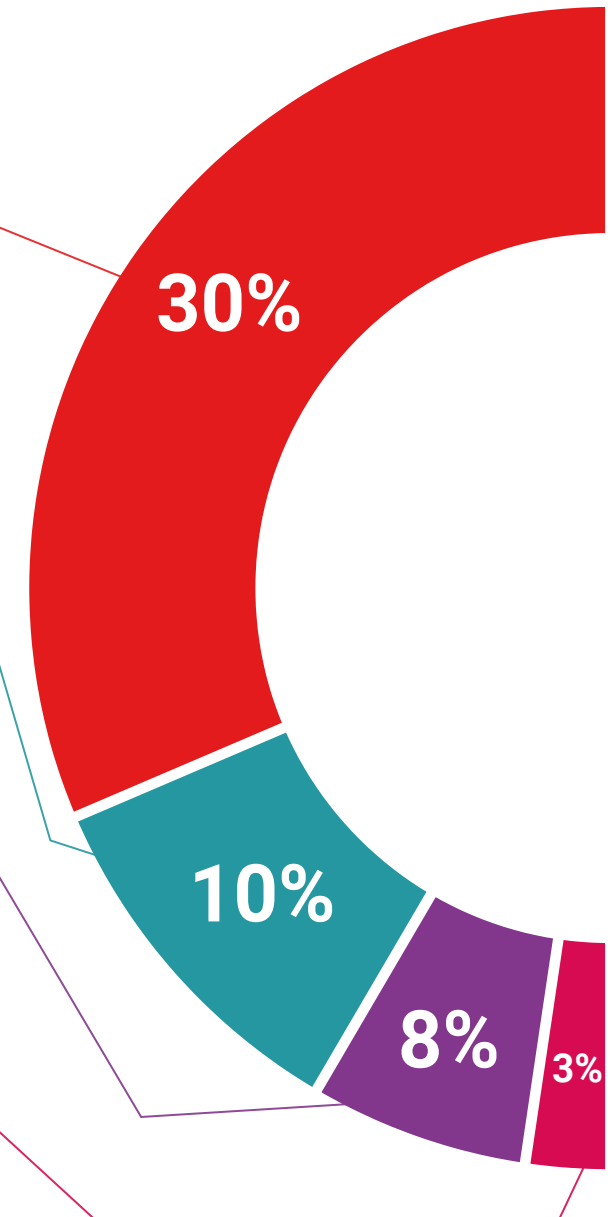
Übungen zu Managementfähigkeiten

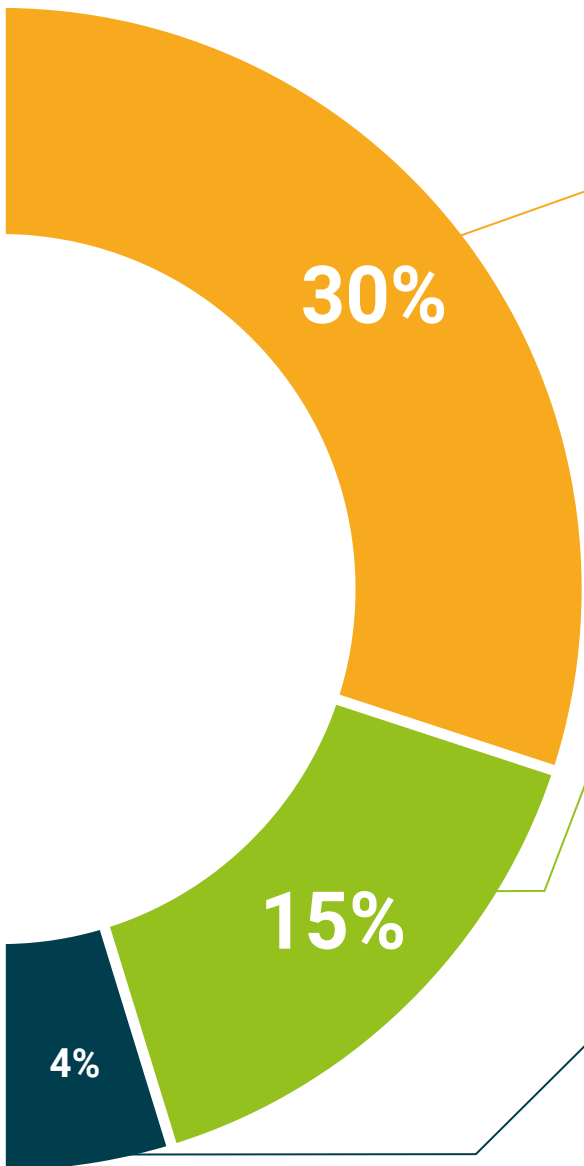
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



08

Profil unserer Studenten

Dieser Executive Master in Nachhaltiger Tourismus ist ein Programm, das sich an Personen mit Hochschulabschluss richtet, die ihre berufliche Laufbahn auf das Management oder die Gründung von Tourismusunternehmen ausrichten wollen, deren Hauptphilosophie der Respekt vor der Umwelt ist.

Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.



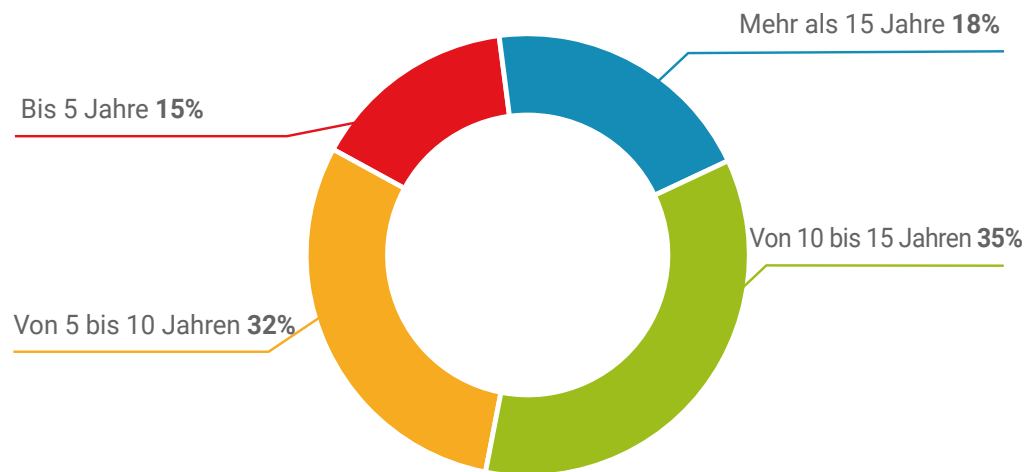
“

Mit diesem Programm erweitern Sie Ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten im Bereich des digitalen Marketings, das auf den nachhaltigen Tourismussektor ausgerichtet ist“

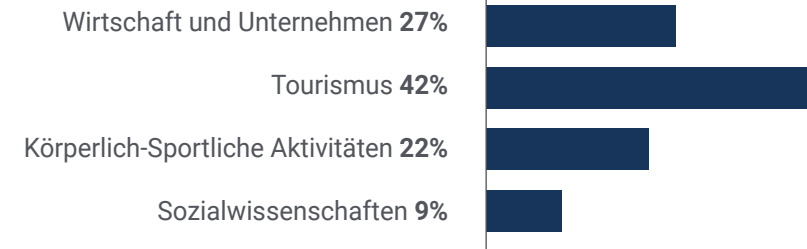
Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

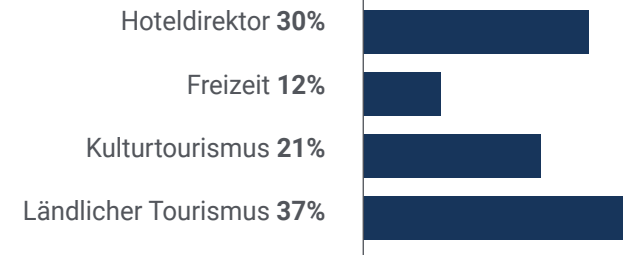
Jahre der Erfahrung



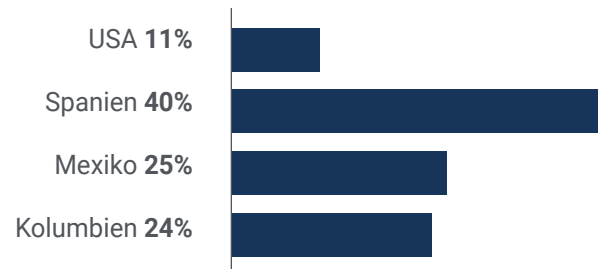
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Mónica Pérez

Managerin eines nachhaltigen Hotels

„Obwohl ich Autodidakt bin, hatte ich schon seit einiger Zeit darüber nachgedacht, ein Spezialisierungsprogramm in diesem Bereich zu absolvieren, um aktuelles Wissen zu erlangen und mich von den anderen Fachleuten des Sektors abheben zu können. Glücklicherweise habe ich bei TECH diesen Masterstudiengang in Nachhaltigem Tourismus gefunden, der für mich sehr nützlich war und meinen beruflichen Horizont erweitert hat“

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen ist eine Investition, die den Fachleuten eine berufliche und persönliche Weiterentwicklung ermöglicht. Zu diesem Zweck bietet TECH die aktuellsten Inhalte unter Verwendung der neuesten technologischen Werkzeuge. Auf anschauliche und attraktive Weise und mit einem agilen System werden die Studenten ihre Ziele erreichen und in der Lage sein, die Fähigkeiten und Fertigkeiten zu verbessern, die notwendig sind, um die von ihnen angestrebte Veränderung zu erreichen.



“

TECH stellt Ihnen alle didaktischen Werkzeuge zur Verfügung, um Ihre beruflichen Ziele zu erreichen“

Machen Sie den entscheidenden Karrieresprung, indem Sie Ihr Wissen über lokale Zusammenarbeit und Qualitätsmanagement vertiefen.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der Executive Master in Nachhaltiger Tourismus von TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Tourismussektor vorbereitet. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

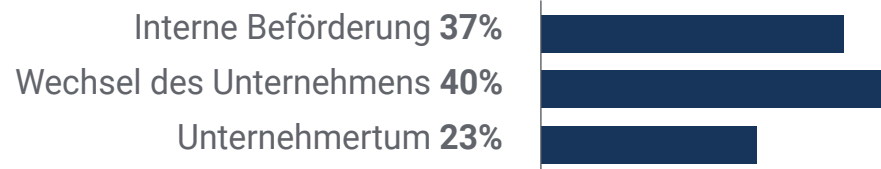
Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

Wenn Sie beruflich erfolgreich sein wollen, vermittelt Ihnen dieses Programm ein perfektes Verständnis für die verschiedenen Modelle des Verbraucherverhaltens.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%**



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Executive Master in Nachhaltiger Tourismus trägt dazu bei, die Talente des Unternehmens durch die Spezialisierung hochrangiger Führungskräfte auf ihr maximales Potenzial zu bringen. Es ist ein Programm, das Studenten darauf vorbereitet, durch eine höhere Qualifikation die berufliche Elite zu erreichen. Darüber hinaus ist die Teilnahme an dieser Weiterbildung eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netzwerk von Kontakten zu knüpfen, um künftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten zu finden.



“

Nach dem Studium an der TECH werden Sie eine globale Sichtweise auf Ihren Beruf erlangen, die es Ihnen ermöglicht, innovativere und erfolgreichere Strategien im Bereich des nachhaltigen Tourismus vorzuschlagen“

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.



05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

12

Qualifizierung

Der Executive Master in Nachhaltiger Tourismus garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss ohne
lästige Reisen oder Formalitäten”*

Dieser Executive Master in Compliance, Regulierung und Datenschutz enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der TECH Technologischen Universität.

Das von TECH Technologische Universität ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Executive Master in Nachhaltiger Tourismus**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



Executive Master Nachhaltiger Tourismus

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Fachleute mit nachweislicher Erfahrung in diesem Sektor

Executive Master Nachhaltiger Tourismus

