

Executive Master Turismo Sostenibile

M T S





Executive Master Turismo Sostenibile

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: professionisti con esperienza dimostrabile nel settore

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

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro
programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 20

06

Struttura e contenuti

pag. 26

07

Metodologia di studio

pag. 36

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 46

09

Impatto sulla tua carriera

pag. 50

10

Benefici per la tua azienda

pag. 54

11

Titolo

pag. 58

01 Benvenuto

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



Executive Master in Turismo Sostenibile
TECH Università Tecnologica

“

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

02

Perché studiare in TECH?

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



“

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

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

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

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



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non si basa su criteri economici. Non è necessario effettuare un grande investimento per studiare in questa Università. Tuttavia, per ottenere una qualifica rilasciata da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti...

95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

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

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

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

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

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

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



Contesto Multiculturale

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

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

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



Analisi

In TECH esploriamo il lato critico dello studente, la sua capacità di mettere in dubbio le cose, la sua competenza nel risolvere i problemi e le sue capacità interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea meglio valutata a livello internazionale), con i casi di studio. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Dispone di oltre 10.000 corsi universitari di specializzazione universitaria. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia così costoso come in altre università.



Impara con i migliori

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

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



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

03

Perchè scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito del Senior Management.

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



“

Disponiamo del personale docente più prestigioso e del programma più completo del mercato, il che ci permette di offrire una preparazione di altissimo livello accademico"

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

Studiando in TECH, lo studente può prendere le redini del suo futuro e sviluppare tutto il suo potenziale. Completando il nostro programma acquisirà le competenze necessarie per ottenere un cambio positivo nella sua carriera in poco tempo.

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

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa avere accesso ad un panorama professionale di grande rilevanza, che permette agli studenti di ottenere un ruolo di manager di alto livello e di possedere un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma vengono mostrate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie per svolgere il lavoro professionale in un contesto in continuo cambiamento.

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

05

Accesso a un'importante rete di contatti

TECH crea reti di contatti tra i suoi studenti per massimizzare le opportunità. Studenti con le stesse preoccupazioni e il desiderio di crescere. Così, sarà possibile condividere soci, clienti o fornitori.

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

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

TECH aiuta lo studente ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e migliorare le capacità interpersonali per diventare un leader che faccia la differenza.

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Lo studente farà parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle università più prestigiose del mondo: la comunità di TECH Università Tecnologica.

*Ti diamo l'opportunità di specializzarti
grazie a un personale docente di
reputazione internazionale.*

04 Obiettivi

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



“

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

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti
Lavoriamo insieme per raggiungerli

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

01

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

02

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

03

Comprendere il funzionamento generale della struttura turistica mondiale

04

Comprendere i tipi di consumatori e i tipi di destinazioni internazionali

05

Conoscere l'evoluzione dei principi delle destinazioni turistiche internazionali



06

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

08

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

09

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

07

Conoscere le principali iniziative di valorizzazione del patrimonio culturale

10

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



11

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

12

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

13

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

14

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



15

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

16

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

17

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



05 Competenze

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



“

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

01

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

02

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

03

Condurre correttamente un'analisi SWOT

04

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

05

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



06

Analizzare gli impatti generati dall'attività turistica

08

Identificare e gestire siti e destinazioni turistiche

09

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

07

Dirigere e gestire i diversi tipi di enti turistici

10

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



11

Interpretare i modelli di comportamento dei consumatori

12

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

13

Interpretare le informazioni esistenti su una destinazione turistica

14

Identificare gli impatti prodotti dall'attività turistica



15

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

16

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

17

Gestire il territorio turistico secondo i principi della sostenibilità

18

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



06

Struttura e contenuti

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



“

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

Piano di studi

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

Nel corso delle 1800 ore di studio, lo studente analizzerà una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, che permetterà di ottenere un apprendimento contestuale che potrà applicare nella pratica quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni reali di business.

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

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

Modulo 1	Pianificazione e gestione di spazi turistici sostenibili
Modulo 2	Gestione del patrimonio culturale
Modulo 3	Fondamenti di Marketing
Modulo 4	Struttura dei mercati turistici
Modulo 5	Pubblicità e comunicazione turistica interattiva
Modulo 6	Gestione della qualità e innovazione turistica
Modulo 7	Comportamento del consumatore
Modulo 8	Pubblicità e relazioni pubbliche
Modulo 9	Gestione pubblica delle destinazioni turistiche
Modulo 10	Turismo e cooperazione allo sviluppo locale



Dove, quando e come si svolge?

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

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

Modulo 1. Pianificazione e gestione di spazi turistici sostenibili

1.1. Sistema turistico e scenari turistici

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

1.2. Politica turistica e sostenibilità

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

1.3. Pianificazione strategica applicata al settore turistico

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

1.4. Diagnosi, sviluppo e metodologia

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

1.5. Definizione del modello e delle strategie di sviluppo

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

Modulo 2. Gestione del patrimonio culturale

2.1. Introduzione al patrimonio culturale

2.2. Politiche di conservazione del patrimonio

2.3. Il patrimonio culturale come argomento turistico

2.4. Risorse turistiche, spazi e mercati

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

Modulo 3. Fondamenti di marketing

3.1. Concetti di base

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

3.2. Il mercato

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

3.3. Segmentazione e posizionamento

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

3.4. Sistemi informativi e ricerca commerciale

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

3.5. Il comportamento del consumatore

- 3.5.1. Introduzione
- 3.5.2. Processo decisionale di acquisto
- 3.5.3. Fattori interni

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

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

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

4.2. Il turismo nel tempo

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

4.3. Pianificazione turistica

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

4.4. Economia turistica

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

4.5. Flussi turistici

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

4.6. Domanda turistica

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

4.7. L'offerta turistica

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

4.8. L'azienda turistica

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

4.9. Introduzione ai principali settori del turismo

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

4.10. Struttura dei mercati turistici

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

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

- 5.1.1. La trasformazione dei modelli di business del turismo

5.2. Fondamenti di Marketing Digitale. Strategia online

- 5.2.1. Strategie di Marketing digitale per le aziende turistiche

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

Modulo 6. Gestione della qualità e innovazione turistica

6.1. Gestione della Qualità nel Servizio

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

6.2. Gestione della Qualità Turistica

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

6.3. Introduzione alla qualità: concetti ed evoluzione

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

6.4. Principali teorie della Qualità

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

6.5. Costi di Qualità nelle imprese turistiche

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

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

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

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

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

6.8. Qualità turistica

- 6.8.1. Norme UNE e ISO nella qualità turistica
- 6.8.2. Standard internazionali di qualità turistica

6.9. Gestione della qualità nei servizi turistici

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

6.10. Innovazione nel settore turistico

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

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

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

7.2. Fattori esterni

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

7.3. Fattori interni

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

7.4. Processo decisionale d'acquisto

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

7.5. Decisioni di acquisto e comportamento post-acquisto

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

7.6. Marketing e comportamento del consumatore

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

Modulo 8. Pubblicità e relazioni pubbliche

8.1. Pubblicità e Relazioni Pubbliche: basi concettuali

- 8.1.1. Che cos'è la comunicazione persuasiva?
- 8.1.2. Concetto e dimensioni della pubblicità e delle relazioni pubbliche

8.2. Approccio storico al fenomeno della pubblicità e delle relazioni pubbliche

- 8.2.1. Nuove tendenze pubblicitarie attuali: Ambiti di applicazione Relazioni Pubbliche
- 8.2.2. Sponsorizzazione, Mecenatismo, *Lobbying*, *Publicity*

8.3. Fondamenti del sistema e del processo pubblicitario

- 8.3.1. Il mittente nella pubblicità: l'inserzionista e l'agenzia pubblicitaria
- 8.3.2. Caratteristiche generali del processo

8.4. Il messaggio pubblicitario

- 8.4.1. Messaggi pubblicitari nei media convenzionali

8.5. Il canale in pubblicità: media, supporti e forme pubblicitarie

- 8.5.1. Supporti convenzionali e *below the line*

8.6. Il destinatario della pubblicità: il pubblico di riferimento

- 8.6.1. Comportamento del consumatore: fattori condizionanti

8.7. Fondamenti del processo pubblicitario

- 8.7.1. Pianificazione strategica della pubblicità
- 8.7.2. Fase preliminare: *briefing* e obiettivi pubblicitari
- 8.7.3. La strategia creativa: Strategia mediatica

8.8. Fondamenti del sistema e del processo delle relazioni pubbliche

- 8.8.1. Il mittente nelle relazioni pubbliche
- 8.8.2. Le relazioni pubbliche nelle Organizzazioni
- 8.8.3. La società di pubbliche relazioni

8.9. Il messaggio nelle relazioni pubbliche

- 8.9.1. La redazione nelle relazioni pubbliche
- 8.9.2. L'espressione orale nelle relazioni pubbliche

8.10. Il canale delle relazioni pubbliche

- 8.10.1. Media personali e di massa
- 8.10.2. Il destinatario nelle relazioni pubbliche
- 8.10.3. Pubblico strategico delle relazioni pubbliche

Modulo 9. Turismo e cooperazione allo sviluppo locale**9.1. Approccio al problema dello Sviluppo**

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

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

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

9.3. Il turismo, uno strumento di cooperazione internazionale

- 9.3.1. Il ruolo delle donne nelle politiche di cooperazione internazionale
- 9.3.2. I diritti delle donne e la loro integrazione nelle politiche di cooperazione
- 9.3.3. Differenze e analogie tra MED e GED
- 9.3.4. Conferenze mondiali delle donne

9.4. Gestione nel settore non profit

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

9.5. Pianificazione strategica nelle organizzazioni non profit

- 9.5.1. Concettualizzazione
- 9.5.2. Pianificazione strategica passo dopo passo

9.6. L'impatto delle partnership sulla società

- 9.6.1. Contributi alla qualità della vita e alla governance dei paesi
- 9.6.2. Conseguenze negative dell'azione del settore terziario
- 9.6.3. Collaborazione nel settore non profit

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

- 9.7.1. Le origini dell'ecoturismo
- 9.7.2. Elementi che compongono l'ecoturismo
- 9.7.3. Aspetti economici legati all'ecoturismo
- 9.7.4. Coinvolgimento della popolazione locale

9.8. Pianificazione ecoturistica

- 9.8.1. Disegno di un progetto
- 9.8.2. Marketing ecoturistico
- 9.8.3. Canali di distribuzione
- 9.8.4. Responsabilità dell'ecoturista

9.9. Casi di Studio

- 9.9.1. Turismo etnico di comunità: un caso di studio a Chiang Rai
- 9.9.2. Sviluppo della comunità verso un turismo sostenibile
- 9.9.3. Turismo in Thailandia: approcci e politiche basate sulla comunità
- 9.9.4. Integrare lo sviluppo di politiche sociali da parte della comunità locale
- 9.9.5. Sviluppo dei Piani locali: problemi e vantaggi della partecipazione locale

07

Metodologia di studio

TECH è la prima università al mondo che combina la metodologia dei **case studies** con il **Relearning**, un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione diretta.

Questa strategia dirompente è stata concepita per offrire ai professionisti l'opportunità di aggiornare le conoscenze e sviluppare competenze in modo intensivo e rigoroso. Un modello di apprendimento che pone lo studente al centro del processo accademico e gli conferisce tutto il protagonismo, adattandosi alle sue esigenze e lasciando da parte le metodologie più convenzionali.



“

*TECH ti prepara ad affrontare nuove sfide in
ambienti incerti e a raggiungere il successo
nella tua carriera"*

Lo studente: la priorità di tutti i programmi di TECH

Nella metodologia di studio di TECH lo studente è il protagonista assoluto.

Gli strumenti pedagogici di ogni programma sono stati selezionati tenendo conto delle esigenze di tempo, disponibilità e rigore accademico che, al giorno d'oggi, non solo gli studenti richiedono ma le posizioni più competitive del mercato.

Con il modello educativo asincrono di TECH, è lo studente che sceglie il tempo da dedicare allo studio, come decide di impostare le sue routine e tutto questo dalla comodità del dispositivo elettronico di sua scelta. Lo studente non deve frequentare lezioni presenziali, che spesso non può frequentare. Le attività di apprendimento saranno svolte quando si ritenga conveniente. È lo studente a decidere quando e da dove studiare.

“

*In TECH NON ci sono lezioni presenziali
(che poi non potrai mai frequentare)”*



I piani di studio più completi a livello internazionale

TECH si caratterizza per offrire i percorsi accademici più completi del panorama universitario. Questa completezza è raggiunta attraverso la creazione di piani di studio che non solo coprono le conoscenze essenziali, ma anche le più recenti innovazioni in ogni area.

Essendo in costante aggiornamento, questi programmi consentono agli studenti di stare al passo con i cambiamenti del mercato e acquisire le competenze più apprezzate dai datori di lavoro. In questo modo, coloro che completano gli studi presso TECH ricevono una preparazione completa che fornisce loro un notevole vantaggio competitivo per avanzare nelle loro carriere.

Inoltre, potranno farlo da qualsiasi dispositivo, pc, tablet o smartphone.

“

Il modello di TECH è asincrono, quindi ti permette di studiare con il tuo pc, tablet o smartphone dove, quando e per quanto tempo vuoi”

Case studies o Metodo Casistico

Il Metodo Casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 per consentire agli studenti di Giurisprudenza non solo di imparare le leggi sulla base di contenuti teorici, ma anche di esaminare situazioni complesse reali. In questo modo, potevano prendere decisioni e formulare giudizi di valore fondati su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Con questo modello di insegnamento, è lo studente stesso che costruisce la sua competenza professionale attraverso strategie come il *Learning by doing* o il *Design Thinking*, utilizzate da altre istituzioni rinomate come Yale o Stanford.

Questo metodo, orientato all'azione, sarà applicato lungo tutto il percorso accademico che lo studente intraprende insieme a TECH. In questo modo, affronterà molteplici situazioni reali e dovrà integrare le conoscenze, ricercare, argomentare e difendere le sue idee e decisioni. Tutto ciò con la premessa di rispondere al dubbio di come agirebbe nel posizionarsi di fronte a specifici eventi di complessità nel suo lavoro quotidiano.



Metodo Relearning

In TECH i *case studies* vengono potenziati con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il *Relearning*.

Questo metodo rompe con le tecniche di insegnamento tradizionali per posizionare lo studente al centro dell'equazione, fornendo il miglior contenuto in diversi formati. In questo modo, riesce a ripassare e ripete i concetti chiave di ogni materia e impara ad applicarli in un ambiente reale.

In questa stessa linea, e secondo molteplici ricerche scientifiche, la ripetizione è il modo migliore per imparare. Ecco perché TECH offre da 8 a 16 ripetizioni di ogni concetto chiave in una stessa lezione, presentata in modo diverso, con l'obiettivo di garantire che la conoscenza sia completamente consolidata durante il processo di studio.

Il Relearning ti consentirà di apprendere con meno sforzo e più rendimento, coinvolgendoti maggiormente nella specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando opinioni: un'equazione diretta al successo.



Un Campus Virtuale 100% online con le migliori risorse didattiche

Per applicare efficacemente la sua metodologia, TECH si concentra sul fornire agli studenti materiali didattici in diversi formati: testi, video interattivi, illustrazioni, mappe della conoscenza, ecc. Tutto ciò progettato da insegnanti qualificati che concentrano il lavoro sulla combinazione di casi reali con la risoluzione di situazioni complesse attraverso la simulazione, lo studio dei contesti applicati a ogni carriera e l'apprendimento basato sulla ripetizione, attraverso audio, presentazioni, animazioni, immagini, ecc.

Le ultime prove scientifiche nel campo delle Neuroscienze indicano l'importanza di considerare il luogo e il contesto in cui si accede ai contenuti prima di iniziare un nuovo apprendimento. Poter regolare queste variabili in modo personalizzato favorisce che le persone possano ricordare e memorizzare nell'ippocampo le conoscenze per conservarle a lungo termine. Si tratta di un modello denominato *Neurocognitive context-dependent e-learning*, che viene applicato in modo consapevole in questa qualifica universitaria.

Inoltre, anche per favorire al massimo il contatto tra mentore e studente, viene fornita una vasta gamma di possibilità di comunicazione, sia in tempo reale che differita (messaggistica interna, forum di discussione, servizio di assistenza telefonica, e-mail di contatto con segreteria tecnica, chat e videoconferenza).

Inoltre, questo completo Campus Virtuale permetterà agli studenti di TECH di organizzare i loro orari di studio in base alla loro disponibilità personale o agli impegni lavorativi. In questo modo avranno un controllo globale dei contenuti accademici e dei loro strumenti didattici, il che attiva un rapido aggiornamento professionale.



La modalità di studio online di questo programma ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi orari"

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. Gli studenti che seguono questo metodo non solo raggiungono l'assimilazione dei concetti, ma sviluppano anche la loro capacità mentale, attraverso esercizi che valutano situazioni reali e l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
3. L'assimilazione di idee e concetti è resa più facile ed efficace, grazie all'uso di situazioni nate dalla realtà.
4. La sensazione di efficienza dello sforzo investito diventa uno stimolo molto importante per gli studenti, che si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.

La metodologia universitaria più apprezzata dagli studenti

I risultati di questo innovativo modello accademico sono riscontrabili nei livelli di soddisfazione globale degli studenti di TECH.

La valutazione degli studenti sulla qualità dell'insegnamento, la qualità dei materiali, la struttura del corso e i suoi obiettivi è eccellente. A conferma di ciò, l'istituto è diventato il migliore valutato dai suoi studenti sulla piattaforma di recensioni Trustpilot, ottenendo un punteggio di 4,9 su 5.

Accedi ai contenuti di studio da qualsiasi dispositivo con connessione a Internet (computer, tablet, smartphone) grazie al fatto che TECH è aggiornato sull'avanguardia tecnologica e pedagogica.

Potrai imparare dai vantaggi dell'accesso a ambienti di apprendimento simulati e dall'approccio di apprendimento per osservazione, ovvero Learning from an expert.



In questo modo, il miglior materiale didattico sarà disponibile, preparato con attenzione:



Materiale di studio

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

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la nostra modalità di lavoro online, impiegando le ultime tecnologie che ci permettono di offrirti una grande qualità per ogni elemento che metteremo al tuo servizio.



Capacità e competenze pratiche

I partecipanti svolgeranno attività per sviluppare competenze e abilità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve possedere nel mondo globalizzato in cui viviamo.



Riepiloghi interattivi

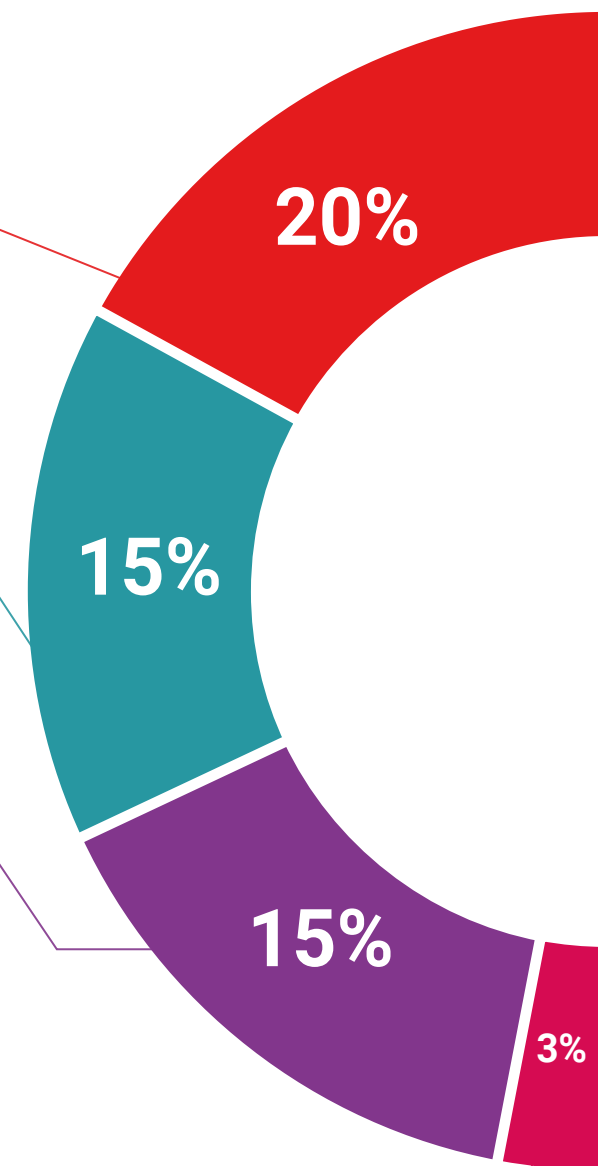
Presentiamo i contenuti in modo accattivante e dinamico tramite strumenti multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

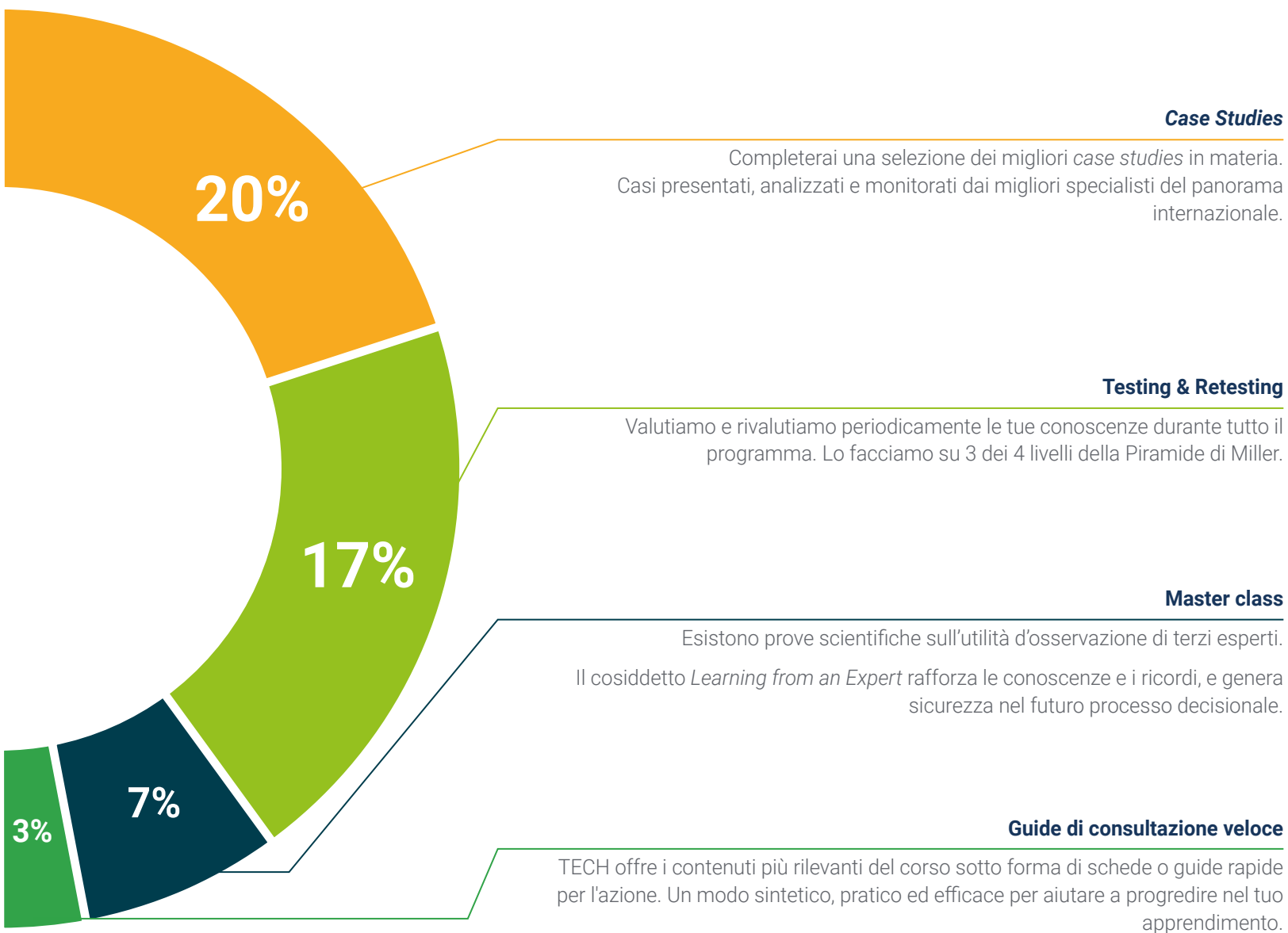
Questo esclusivo sistema di preparazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso, guide internazionali... Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Case Studies

Completerai una selezione dei migliori *case studies* in materia. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma. Lo facciamo su 3 dei 4 livelli della Piramide di Miller.



Master class

Esistono prove scientifiche sull'utilità d'osservazione di terzi esperti. Il cosiddetto *Learning from an Expert* rafforza le conoscenze e i ricordi, e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



Guide di consultazione veloce

TECH offre i contenuti più rilevanti del corso sotto forma di schede o guide rapide per l'azione. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare a progredire nel tuo apprendimento.



08

Profilo dei nostri studenti

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

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





“

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

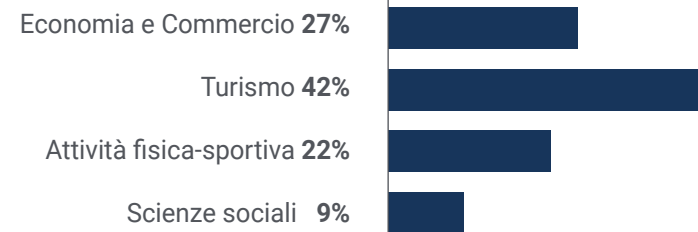
Età media

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

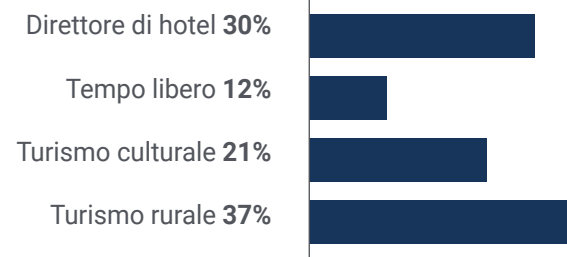
Anni di esperienza



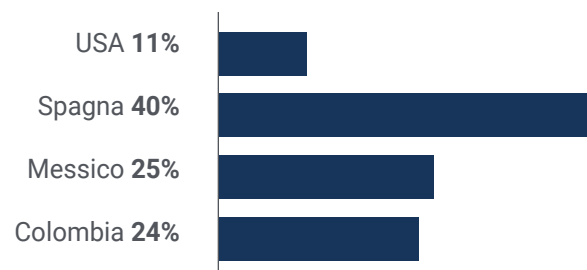
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Mónica Pérez

Direttrice di un hotel sostenibile

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

10

Impatto sulla tua carriera

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



“

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

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

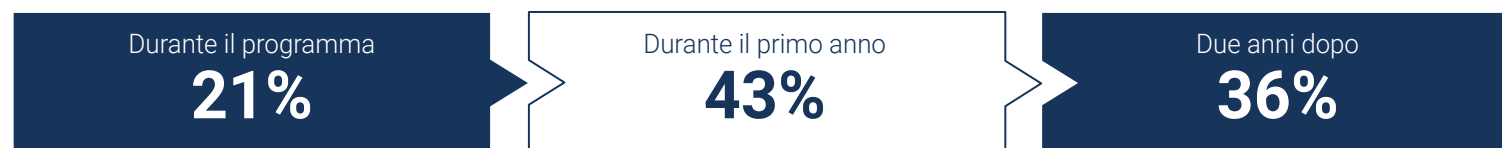
Il Executive Master in Turismo Sostenibile di TECH è un programma intensivo che prepara ad affrontare sfide e a prendere decisioni aziendali nell'ambito del settore turistico. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

Se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e confrontarti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

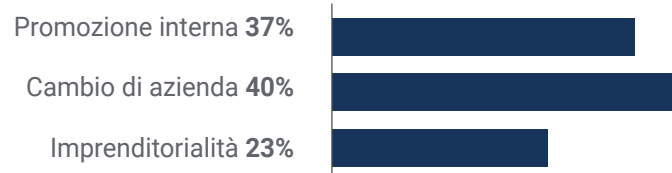
Se vuoi raggiungere il successo professionale, questo programma ti fornisce una perfetta comprensione dei diversi modelli di comportamento dei consumatori.

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

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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



11

Benefici per la tua azienda

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



“

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

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

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

02

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

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

03

Creare agenti di cambiamento

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

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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



05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e far crescere l'organizzazione.

12 Titolo

L'Executive Master in _____ garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Executive Master rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

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

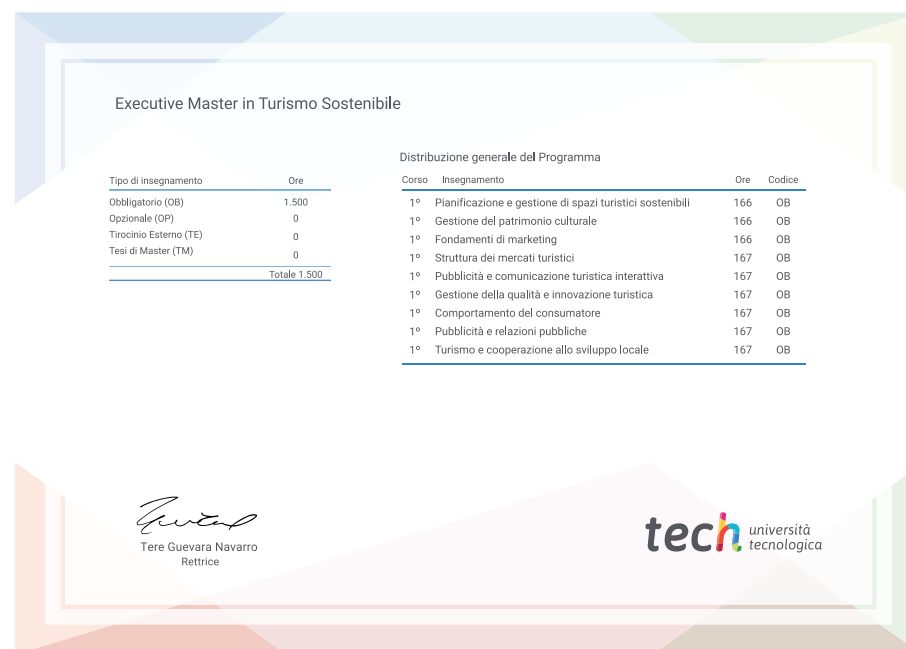
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Executive Master in Turismo Sostenibile**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**



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



Executive Master Turismo Sostenibile

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Executive Master Turismo Sostenibile

