

# Certificate of Advanced Studies in Tourismusmarketing

**Lernen Sie in diesem Fernstudium wie Sie Marketingstrategien im Tourismus zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit auswählen und umsetzen.**

Im CAS FH in Tourismusmarketing geht es um Strategien zur Festlegung des Produkt-Leistungsangebotes, Trends und Entwicklungen, Wettbewerbsstrategie sowie vertikale und horizontale Integration. Die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit ist gekennzeichnet durch Strategien zur Produktlinie, Positionierung, Preispolitik, Distributionspolitik, Segmentierung, Informationstechnologie und globale Strategie. Das CAS vermittelt Entscheidungsträgern Konzepte, Methoden und Verfahren, um die Qualität von Entscheidungen im strategischen Bereich des Tourismus zu verbessern.

## Vorteile für Studierende und Arbeitgeber

- 100% Berufstätigkeit möglich
- Hochrangige Dozierende mit jahrelanger Praxiserfahrung
- Keine Unterrichtspräsenz vor Ort
- Ansprechpersonen mit dem Service einer privaten Fachhochschule
- Zeitlich und örtlich flexibel
- CAS Baustein für DAS/MAS/EMBA/MBA Abschluss

Zeitlich und  
örtlich flexibel

## Zahlen und Fakten

### Abschluss

Certificate of Advanced Studies  
Kalaidos FH in Tourismusmarketing

### Start

Jederzeit

### Dauer

1 Semester

### Anwesenheit

Keine

### ECTS-Punkte

10

### Ort

Online

### Gebühr

CHF 5'000 (inkl. Lehrmittel und regulären Prüfungen)

## Leitung und Beratung

### Beratung



Jeannine Brunner  
Programmleiterin  
044 200 19 54  
jeannine.brunner@kalaidos-fh.ch

### Anmeldung/Organisatorisches



Torben Stührmann  
Projekt Manager  
044 200 19 24  
torben.stuehrmann@kalaidos-fh.ch

## Zulassungsbedingungen für das Studium

- Abgeschlossenes Fachhochschul- oder Universitätsstudium
- Abschluss der höheren Berufsbildung und ausreichend Berufserfahrung in einem für die Weiterbildung relevanten Berufsfeld sowie angemessene wissenschaftliche Kenntnisse
- Ausserordentliche Zulassung: individuelle Prüfung durch die Zulassungskommission

Weitere Zulassungswege und detaillierte Informationen zu den Zulassungsvoraussetzungen finden Sie auf der **Informationsseite des Fachbereichs Wirtschaft**.

## Verwendete Technologien und Kooperationspartner

In unserem individualisierten und hochmodernen Lernraum KMUnity erhalten Sie Übersichten und Zusammenfassungen Ihrer Module. Sie können Ihren Lernstand abfragen und finden eine Auflistung der wichtigsten Termine, Hilfestellungen, unterstützende Dokumente sowie Vorlagen. Unser Kooperationspartner, die KMU Akademie und Management AG stellt diesen Lernraum zu Verfügung und unterstützt Sie in medialen Fragen ebenso, wie in administrativen. Ausserdem bietet sie ein portables Tool und individuellen TechniksUPPORT. Ihre Ansprechperson ist jederzeit die Kalaidos Fachhochschule AG.

## Ablauf und Begleitung

Alle Vorlesungen und Lernmaterialien werden im Online-Campus "KMUnity" zur Verfügung gestellt. Es gibt hinterlegte Podcasts und Optionen für Live-Online Modulsitzungen mit den Dozierenden. Alle Veranstaltungen sind aufgezeichnet und stehen als Download zur Verfügung. Die Studienunterlagen sowie von den Dozierenden zur Verfügung gestelltes Zusatzmaterial und Vorlagen können ebenfalls im Lernraum abgerufen werden.

## Inhalt und Aufbau des Studiums

Kursziel	Lernziele	Studieninhalte
Studierende lernen Marketingstrategien im Tourismus zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit auszuwählen und umzusetzen. Es geht um Strategien zur Festlegung des Produkt-Leistungsangebotes, Trends und Entwicklungen, Wettbewerbsstrategie sowie vertikale und horizontale Integration. Die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit ist gekennzeichnet durch Strategien zur Produktlinie, Positionierung, Preispolitik, Distributionspolitik, Segmentierung, Informationstechnologie und globale Strategie. Das Modul vermittelt den zukünftigen Entscheidungsträgern Konzepte, Methoden und Verfahren, um die Qualität von Entscheidungen im strategischen Bereich im Tourismus zu verbessern.	Nach Abschluss des CAS sind die Studierenden u. a. in der Lage <ul style="list-style-type: none"> <li>– ein vertieftes Verständnis des Tourismussektors aufzubringen und aktuelle Trends und Entwicklungen kritisch zu diskutieren;</li> <li>– ein kritisches Bewusstsein für Forschungsmethoden zu demonstrieren, die für eine effektive Entscheidungsfindung relevant sind.</li> <li>– eine ganzheitliche Sichtweise bei der Zusammenfassung bestehender Produkte und Dienstleistungen in den Zielgebieten einzunehmen und ein effektives Verkaufsdesign zu entwickeln;</li> <li>– Tourismusprodukte, -dienstleistungen und – prozesse gewinnbringend zu gestalten;</li> <li>– integrierte Marketing- und Kommunikationsstrategien kritisch zu analysieren und effektive Verkaufsdesigns zu entwickeln</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tourismusmarketing</li> <li>– Trends und Entwicklungen im Tourismus</li> <li>– Analyse und strategische Planung im Tourismusmarketing</li> <li>– Operative Marketingplanung im Tourismus: 5P- und 7P-Ansatz des Marketing-Mix</li> <li>– Controlling im Tourismusmarketing</li> </ul>

## Weiterführende Ausbildungsmodule am IDP (Ausbau zu DAS / MAS / MBA / EMBA)

CAS	DAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Management im Tourismus</li> <li>– Nachhaltigkeit im Tourismus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tourismusmanagement</li> </ul>

Das CAS kann mit den oben genannten CAS zum DAS ausgebaut werden. Das DAS kann als Vertiefung für ein Masterstudium (MAS, E/MBA) angerechnet werden. Dasselbe gilt für ein Teilpräsenzstudium. Wir prüfen bei jeder CAS-Zulassung die spätere Möglichkeit zu einem Masterstudium, so dass Ihnen diese Option offenbleiben kann. Informieren Sie sich hierzu gerne bei uns.