



^b
UNIVERSITÄT
BERN

Certificate of Advanced Studies

Tourismus und Digitalisierung

Covid-Rabatt 19%
bis 10. August 2020

CAS

Start: 10. September 2020

Ein Angebot

- der Forschungsstelle Tourismus am CRED der Universität Bern

in Zusammenarbeit mit

- dem Institut für Marketing und Unternehmensführung IMU der Universität Bern,
- dem Institut für Wirtschaftsinformatik IWI der Universität Bern

und Dozierenden

- der Universitäten Bern, St.Gallen und Lüneburg,
- der Hochschulen Luzern und Valais-Wallis,
- sowie namhaften Experten und Praktikern.

Dieses CAS ist Teil des «Executive MBA in Marketing Management».

www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch
www.imu-weiterbildung.ch

CAS Tourismus und Digitalisierung

Liebe Interessierte

Der Tourismus fasziniert, doch stellen die Rahmenbedingungen Touristiker vor grosse wirtschaftliche, technische, gesellschaftliche und ökologische Herausforderungen. Die digitale Transformation ist in vollem Gange und eröffnet zahlreiche Chancen und Gefahren. Im Rahmen des CAS-Lehrgangs «Tourismus und Digitalisierung» lernen die Teilnehmenden, die spannende Komplexität des Tourismus im digitalen Wandel zu erfassen und zu verstehen. Sie werden dazu befähigt, sowohl strategische Entscheide vor dem Hintergrund einer vernetzten Welt zu fällen als auch Methoden und Instrumente des Tourismusmanagements anzuwenden. Die modulübergreifende CAS-Arbeit unterstützt die spezifische Umsetzung des Gelernten und schafft einen praktischen Mehrwert für das eigene Tätigkeitsfeld.



A stylized, handwritten signature in black ink.

Hansruedi Müller, Prof. Dr.
Studienleiter CAS Tourismus
und Digitalisierung



A stylized, handwritten signature in black ink.

Monika Bandi Tanner, Dr.
Co-Leiterin Forschungsstelle Tourismus CRED-T der Universität Bern

Modul 1 + 2

Grundlagen zu Tourismus und Unternehmensführung

Modul 1: 10. - 12. September 2020

Wer im Querschnittssektor Tourismus mit seinen komplexen Herausforderungen in der Führung touristischer Unternehmungen erfolgreich agieren möchte, braucht umfassende Grundkenntnisse. Dabei ist zukunftsorientiertes Denken ebenso wichtig wie das systemische Verständnis von Prozessen in ihrer digitalen Dynamik.

Zentrale Lerninhalte

- Dimensionen der Tourismuswirtschaft und systematisches Verständnis
- Grundsätze der Unternehmensführung und unterschiedliche Führungsmodelle
- Kooperationen im Tourismus
- Erfassungsmethoden der touristischen Nachfrage und der Wertschöpfung
- Entwicklungen und Zukunftsperspektiven im Reiseverhalten

Moderation:
Hansruedi Müller, Prof. Dr.
(CRED-T Universität Bern)

Technische und rechtliche Grundlagen zur Digitalisierung

Modul 2: 08. - 10. Oktober 2020

Die digitale Transformation hat alle Bereiche des Tourismus erfasst. Wer den Anschluss nicht verpassen möchte, muss digital fit sein. Verhandlungen zur Beschaffung und das Management von Hard- und Softwaresystemen verlangen neue Kompetenzen. Immer wichtiger werden die rechtlichen Aspekte bezüglich Datenschutz und Urheberrecht.

Zentrale Lerninhalte

- Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnologien
- Technische Funktionsweise von Online-Plattformen (Booking, Tripadvisor, Airbnb etc.)
- Einführung in Data Analytics, APIs, Open Data, künstliche Intelligenz
- Beschaffung und Management von Software-Systemen
- Datenschutz und Urheberrecht

Moderation:
Matthias Stürmer, Dr.
(IWI Universität Bern)

Modul 3 + 4

Qualitätsmanagement und Erlebnis-Setting

Modul 3: 29. - 31. Oktober 2020

Das Qualitätsmanagement gehört zu den zentralen Basisthemen im weiten Feld der Tourismuswirtschaft. Dabei spielt die Erlebnisqualität eine zentrale Rolle. Im Zeitalter der Erlebnisgesellschaft hat sich eine eigentliche Erlebnisökonomie mit spezifischen Möglichkeiten zur Optimierung des Erlebnis-Settings herauskristallisiert.

Zentrale Lerninhalte

- Qualitätsmanagement-Modelle und Q-Offensiven im Tourismus
- Erfolgsversprechender Umgang mit Gästefeedbacks
- Spezifische Aspekte der Erlebnisökonomie
- Instrumente, Erfolgsfaktoren und Grenzen der Erlebnis-Inszenierung
- Erlebnisqualität in der Kommunikation und digitale Potenziale

Moderation:
Monika Bandi, Dr.
(CRED-T Universität Bern)

Umweltökonomie und Unternehmensverantwortung

Modul 4: 19. - 21. November 2020

Natur, Landschaft und Kultur sind das Kapital des Tourismus. Deshalb sind ökologische und gesellschaftliche Zusammenhänge im Tourismus von besonderer Bedeutung. Die Ansprüche und Erwartungen an eine nachhaltige Entwicklung werden immer wichtiger: Corporate Responsibility (CR) heisst die Antwort auf der Managementebene.

Zentrale Lerninhalte

- Spezifische Aspekte der Umweltökonomie und einer nachhaltigen Entwicklung
- Verminderungen und Anpassungen an den Klimawandel
- Unternehmensethik und Corporate Responsibility
- Aktuelle ökologische Herausforderungen und umweltpolitische Ansätze
- Nachhaltigkeit sportlicher Grossveranstaltungen

Moderation:
Hansruedi Müller, Prof. Dr.
(CRED-T Universität Bern)

Modul 5 + 6

Onlinemarketing und Social Media

Modul 5: 10. - 12. Dezember 2020

Die Digitalisierung verändert das touristische Marketing. Dabei ist es zentral zu wissen, wo wir heute stehen und wie wir aus strategischen Überlegungen eine passende Online-Marketing-Strategie entwickeln. Die Rolle von Content, Storytelling, Plattformen, Instrumente, Automatisierung, CRM, Systeme und Tools ist laufend zu optimieren.

Zentrale Lerninhalte

- Digital Fitness Assessment im Tourismus
- Online-Marketing- und Content-Strategie
- Online-Marketing und Social Media-Plattformen – Instrumente des Tourismus
- Umgang mit Bewertungsplattformen
- Marketing Automatisierung, CRM, Storytelling, Systeme und Tools

Moderation:
Olivier Blattmann, Dr.
(Internetagentur igual)

Destinationsmanagement und Vernetzung (Fachexkursion)

Modul 6: 07. - 09. Januar 2021

Rahmenbedingungen und Gästewartungen sind im Wandel. Entsprechend muss auch das Destinationsmanagement mit seinen Aufgaben, Strukturen und Finanzierungen angepasst werden. Auf einer Fachexkursion werden Modelle und Lösungsansätze vernetzt und am Beispiel der konkreten destinationsspezifischen Herausforderungen diskutiert.

Zentrale Lerninhalte

- Destinationsmanagement 3. Generation in Theorie und Praxis
- Marktbearbeitung im Zeitalter der Digitalisierung
- Vernetzung unterschiedlichster Aspekte am Beispiel einer konkreten Destination
- Herausforderungen und Entwicklungsstrategien für Bergbahnen und Beherbergung
- Erleben des touristischen Angebots und Gruppenaktivitäten

Moderation:
Hansruedi Müller, Prof. Dr.
(CRED-T Universität Bern)

Modul 7 + 8

Digitale Transformation von Unternehmen

Modul 7: 28. - 30. Januar 2021

Digitale Innovationen sind die Treiber der digitalen Transformation. Sie verändern die Steuerung und Governance in Unternehmen sowie auch die Kundenschnittstellen und Wertschöpfungsketten. Wichtige Voraussetzung für die internen Innovationsprozesse und die Transformation von Unternehmen ist eine veränderte Unternehmensführung.

Zentrale Lerninhalte

- Analyse und Messung der digitalen Reife
- Digitalisierungsstrategien, Steuerung und Governance
- Voraussetzungen für digitale Innovationen
- Digitale Produkte und Dienstleistungen sowie Wertschöpfungsketten
- Projekt- und Prozessmanagement sowie Umsetzung

Moderation:
Christian Matt, Prof. Dr.
(IWI Universität Bern)

Tourismuspolitik und Ausblick

Modul 8: 25. - 27. Februar 2021

Der vieldimensionale Wandel im Umfeld des Tourismus stellt auch die Tourismuspolitik immer wieder vor neue Herausforderungen. Deshalb werden die Strategien und Instrumente der Wirtschafts- und Regionalpolitik, der Förder- und Schutzpolitik laufend angepasst. Changemanagement ist das Schlüsselwort, um zukunftsfähig zu bleiben.

Zentrale Lerninhalte

- Wirtschaftspolitische Grundsätze und Mechanismen
- Instrumente und Entwicklungsstrategien der Berggebiets- und Regionalpolitik
- Tourismuspolitik als Querschnittspolitik
- Tourismuspolitisches Lobbying
- Changemanagement am Beispiel von Destinationen
- Zukunftsanforderungen aus unterschiedlichen Perspektiven

Moderation:
Hansruedi Müller, Prof. Dr.
(CRED-T Universität Bern)

Wichtige Infos

Zielpublikum: Personen, die in den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Verkauf, Beratung, Verwaltung, Verbandsführung etc. im Querschnittssektor Tourismus tätig sind, sich auf eine entsprechende Aufgabe vorbereiten oder sich entsprechende Kompetenzen aufbauen möchten.

Organisatorisches:

- 8 Module à 3 Tage (Donnerstag 09:15 Uhr bis Samstag 15:00 Uhr)
- Start: 10. September 2020; Ende: 18. März 2021 (Schlussprüfung)
- Unterrichtsort: UniS, Schanzeneckstrasse 1, 3012 Bern
- Das gemeinsame Mittagessen fördert den Dialog und die Vernetzung
- Kosten: CHF 12'000 (alle Leistungen inkl. Mittagessen, Fachexkursion und Lehrmittel) – Covid-Rabatt 19% bis 10. August 2020!

Zulassung:

- In der Regel werden ein Hochschulabschluss sowie Berufserfahrung von mindestens 3 Jahren vorausgesetzt.
- Personen ohne Hochschulabschluss können von der Programmleitung «sur dossier» zugelassen werden, gegebenenfalls mit Auflagen.
- Interessierte an einzelnen Modulen können zugelassen werden, sofern freie Plätze vorhanden sind.

Abschluss: Der CAS-Lehrgang «Tourismus und Digitalisierung» der Universität Bern stellt eine in sich abgeschlossene Weiterbildung dar. Das offizielle Zertifikat wird vergeben, wenn die Zwischen- und Schlussprüfung bestanden sowie die modulübergreifende CAS-Arbeit – begleitet durch Experten – erfolgreich abgeschlossen wurden.

Anmeldung: Bis 10. August 2020 mit dem Anmeldeformular unter www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch oder www.imu-weiterbildung.ch

Weitere Informationen: Monatliche Infoveranstaltungen im Hauptgebäude der Universität Bern. Anmeldung: www.imu-weiterbildung.ch

Gerne beantwortet die Studienleitung offene Fragen oder stellt sich für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung:

Hansruedi Müller, hansruedi.mueller@emeriti.unibe.ch, 079 364 47 25

EMBA Marketing Management

- CAS Marketingmanagement und Verkauf
- CAS Onlinemarketing und Social Media
- CAS Markenmanagement und Kommunikation
- CAS Marktorientierte Betriebswirtschaftslehre
- CAS Digitale Transformation
- CAS Tourismus und Digitalisierung

Jeder dieser CAS-Lehrgänge wird mit 18 ECTS-Punkten bewertet. Für den Mastertitel «Executive MBA in Marketing Management der Universität Bern» sind mindestens 60 ECTS-Punkte notwendig. Davon müssen 9 ECTS-Punkte zwingend in Form einer schriftlichen Masterarbeit erworben werden.

Sponsoring Partner



valiant

Universität Bern
Forschungsstelle Tourismus CRED-T
Prof. Dr. Hansruedi Müller
Studienleitung CAS Tourismus und Digitalisierung

hansruedi.mueller@emeriti.unibe.ch
079 364 47 25

www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch
www.imu-weiterbildung.ch