Tourismus Management mit Schwerpunkt Gesundheitstourismus

Sonstiges · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
Telefon: 030 22027283
E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de
Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Fitness-Urlaube, Ayurveda-Kuren, Wellness-Aufenthalte oder Behandlungen in einer Spezialklinik – der Gesundheitstourismus boomt. Die Zielgruppe ist vielfältig und reicht von „nur“ gesundheitsbewusst bis therapiebedürftig. Doch welche konkreten Erwartungen richtet die Zielgruppe an Gesundheitseinrichtungen, Reiseveranstalter und Destinationen? Mit Deiner Online-Weiterbildung Tourismus Management mit Schwerpunkt Gesundheitstourismus verbindest Du zwei wichtige Wachstumsbranchen: Gesundheit und Tourismus.

Deswegen befasst Du Dich zunächst mit den Besonderheiten des Gesundheitstourismus. Du lernst strategische wie operative Modelle des Managements und Marketings kennen. Aus diesen leitest Du erfolgversprechende gesundheitstouristische Konzepte und Produkte für Veranstalter, Mittler und Destinationen ab. Außerdem arbeitest Du Dich in unterschiedliche Qualitätsmanagementsysteme ein. Natürlich lernst Du auch, wie Du gesundheitstouristische Angebote entwickelst und vermarktest. Letzter Schwerpunkt Deiner Online-Weiterbildung Tourismus Management mit Schwerpunkt Gesundheitstourismus ist das Thema Personal- und Unternehmensführung. Hier lernst Du den Zusammenhang zwischen Organisation, Strategie, Personalmanagement und Führung kennen. Und erarbeitest Dir theoretisch-konzeptionelle sowie praktische Instrumente der Mitarbeiter- und Teamführung.

02 Lehrplan & Module

1. Gesundheitstourismus I

Der Markt des Gesundheitstourismus ist durch einen Querschnitt verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen (Management und Marketing, Soziologie und Psychologie, Tourismus, Gesundheit/Medizin) gekennzeichnet. Daher behandelt der Kurs Gesundheitstourismus I interdisziplinär die Entwicklung in diesem Segment aus verschiedenen Blickwinkeln und Modellen.
Soziologische und psychologische Konzepte helfen den Studierenden zu verstehen, warum und wie sich in einer Gesellschaft des demografischen Wandels das Thema Gesundheit zu einer der persönlichen Leitphilosophien und gesellschaftlichem Paradigma entwickelt. Mit den strategischen wie operativen Modellen des Managements und Marketings vermittelt der Kurs spezifisches Wissen und Handlungskonzepte, hieraus erfolgversprechende gesundheitstouristische Konzepte und Produkte für Veranstalter, Mittler und Destinationen abzuleiten.
Die Konsumenten in diesem Segment weisen Bedürfnisse auf, die sich von anderen touristischen Segmenten unterscheiden. In bestimmten Teilsegmenten des Gesundheitstourismus reichen diese beispielsweise zu Reisen ins Ausland, um dringend benötigte Operationen durchführen zu können, die im Heimatland zu teuer wären oder mit langen Wartezeiten verbunden sind. Auch Reisen zur Bewältigung schwerwiegender Traumata, Trauer oder andere Lebensereignisse entziehen sich dem klassischen Produktmanagement im Tourismus. Vor diesem Hintergrund ist ein tiefes Verständnis des menschlichen Informations- und Entscheidungsverhaltens von Gesundheitsreisenden von zentraler Bedeutung für die Planung und Umsetzung von Marketingstrategien.
Hierzu werden die zentralen Segmente des Gesundheitstourismus differenziert nach Zielgruppen sowie den korrespondierenden Destinationstypen betrachtet und analysiert. Differenziert nach Incoming- und Outgoing-Märkten werden die für den Gesundheitstourismus relevanten Produktentwicklungs- und Vertriebsprozesse vermittelt und in konkrete Handlungsempfehlungen für das strategische und operative Marketing in diesem Segment überführt. Dieser Kurs bildet somit das Kerngerüst zum Verständnis des Kauf- und Entscheidungsverhaltens der Konsumenten und erlaubt auf Basis dieser Erkenntnisse die Entwicklung von Marketingkonzepten und -techniken für die verschiedenen Zielgruppen und Teilmärkte (Gegenstand des Kurses Gesundheitstourismus II).
Kursinhalte
Grundlagen Gesundheitsreisen und Gesundheitstourismus Gründe und Hintergründe für den Gesundheitstourismus
Zielgruppe Gesundheitsreisende
Geschichte des Gesundheitstourismus: Von der Antike zur Moderne
Abgrenzungen zu anderen Formen und Märkten des Tourismus Aktivitäten
Destinationen
Leistungsträger
Motivationen und Rahmenbedingungen des Gesundheitstourismus Wertewandel
Demografischer und psychografischer Wandel
Gesundheit in der VUCA-Welt
Das Angebot im Gesundheitstourismus Medizintourismus
Kur- und Rehabilitationstourismus
Medical-Wellness-Tourismus
Gesundheitsorientierter Urlaub
Wellnesstourismus
Die Nachfrage im Gesundheitstourismus Systematisierung der Nachfrage und Besonderheiten
Gesundheitstouristischer Entscheidungsprozess
Statistische Erfassung
Gesundheitstouristisches Destinationsmanagement Angebotsgestaltung
Gesundheitstouristische Leistungskette
Marketing
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

2. Gesundheitstourismus II

Der Kurs widmet sich der Frage, wie in den unterschiedlichen Teilmärkten erfolgreiche Produkte entwickelt und implementiert werden können. Einen Schwerpunkt stellen hierbei Geschäftsmodelle sowie das Qualitätsmanagement, beispielsweise mittels Gütesiegeln, dar.
Ein besonderes Augenmerk wird auf die 7 Ps des Marketings von Dienstleistungen gelegt. Gerade im Gesundheitstourismus spielen die Akteur:innen (People), die Architektur (Physical Facilities) sowie Kommunikation und Vertrieb der gesundheitstouristischen Reisen (Place) eine entscheidende Rolle.
Die besonderen Bedürfnisse und Erwartungen von Gesundheitsreisenden werden insbesondere im Hinblick auf Erlebnisse und das Konzept des „Flows“ näher betrachtet. Darüber hinaus werden innovative Konzepte und Best Practices vorgestellt, die den Erlebnischarakter im Gesundheitstourismus erfolgreich umgesetzt haben.
Die Gesundheitspolitik übt ebenfalls einen Einfluss auf den Gesundheitstourismus auf. Durch die Gesetzgebung und Regelungen finden gesundheitstouristische Reisen, bei denen medizinische Aspekte im Vordergrund stehen, einen klaren Rahmen in Bezug auf Qualitätsstandards und Patientensicherheit. Die Rolle der Gesundheitsförderung wird im Zusammenhang mit der steigenden Selbstverantwortung für die Gesundheit diskutiert.
Der Kurs schließt mit einem Blick über den Tellerrand ab: Neben dem europäischen Markt sind vor allem die USA und Asien starke Player im internationalen Gesundheitstourismus. Deren Spezialgebiete sowie die Struktur der touristischen Gesundheitsmärkte werden im Detail vorgestellt.
Kursinhalte
Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus Gütesiegel Wellness
Qualitätsmanagement in Medica-Spa und Medizintourismus
Kund:innenzufriedenheit
Geschäftsmodelle im Gesundheitstourismus Dienstleister und Schlüsselakteur:innen
Netzwerkbildung
Marketing und Vertrieb gesundheitstouristischer Dienstleistungen Marketing-Mix
Vertrieb (Place)
Kommunikation (Promotion)
Architektur (Physical Facilities)
People (Personal)
Gesundheitstourismus mit Erlebnischarakter Bedürfnisse und Erwartungen von Gesundheitsreisenden
Das Konzept des „Flows“
Innovative Konzepte und Best Practices
Die Rolle der Gesundheitspolitik im Gesundheitstourismus Regelungen und Gesetzgebung
Gesundheitsförderung
Gesundheitstouristische Märkte weltweit Europa
USA
Asien
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

3. Destinationsmanagement

Das Modul vermittelt fundierte Kenntnisse über die strategische Planung, Organisation und Vermarktung touristischer Destinationen. Die Studierenden lernen, Destinationen als eigenständige touristische Produkte zu begreifen, deren Entwicklung und Management vielfältige Akteure, Strukturen und Prozesse umfasst. Neben theoretischen Grundlagen werden praxisnahe Ansätze und aktuelle Entwicklungen im Destinationsmanagement behandelt.
Kursinhalte
Die Destination als regionales Wertschöpfungssystem Definitionen
Charakteristika der Destination
Abgrenzungsansätze von Destinationen
Die Destination als touristisches Produkt Input- und Produktionsfaktoren von Destinationen
Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen
Organisation von Destinationen Grundlagen
Finanzierung von Tourismusorganisationen
Touristische Organisationsstrukturen in Deutschland
Hemmnisse bei der Destinationsbildung
Destinationsplanung und Tourismuskonzepte Notwendigkeit für eine Destinationsplanung
Organisation des Erarbeitungsprozesses eines Tourismuskonzeptes
Aufbau eines Tourismuskonzeptes
Destinationsmarketing Grundlagen
Die touristische Nachfrage
Produkt
Marke, Image und Branding
Aktuelle Themen im Destinationsmanagement Erlebnisinszenierung
Nachhaltiges Destinationsmanagement
Social Media
Overtourism
Smart Destinations
Bedeutung alternativer Unterkunftsformen
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte

4. Nachhaltigkeitsmanagement in Tourismus, Hospitality und Event

Der Kurs führt die Studierenden in die Grundkonzepte, Prinzipien und Praktiken der nachhaltigen Entwicklung sowohl mit globaler Perspektive als auch bezogen auf den Kontext Tourismus, Hospitality und Event ein. Einem Überblick über die allgemein verwandte Terminologie in Sachen Nachhaltigkeit folgend, werden die grundlegenden Prinzipien nachhaltiger Entwicklung untersucht und diskutiert. Im Rahmen des Kurses werden die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Einflüsse der Tourismusindustrie analysiert. Weiterhin lernen die Studierenden, nachhaltige Managementsysteme zu definieren und zu analysieren, die es Touristik-, Hospitality- und Eventunternehmen ermöglichen, Umweltschäden so gering wie möglich zu halten oder zu vermeiden, einen fairen sozialen Austausch sicherzustellen und gleichzeitig Profitabilität zu gewährleisten. Der Kurs erstreckt sich auch auf die Anwendung von Zertifizierungsschemata, sowohl von Selbstevaluierungs- und Erfassungsverfahren durch Touristik- und Hospitalityunternehmen als auch von Überprüfungen durch Dritte. Neben Eco-Labels in Tourismus, Hospitality und Event wird auch das Konzept der Corporate Social Responsibility vorgestellt. Des Weiteren werden die Prinzipien nachhaltigen Designs erläutert, um konkrete bauliche Maßnahmen in den Kontext der Nachhaltigkeit einzuordnen. Abschließend wird auf das Phänomen des Overtourism eingegangen, so dass die Studierenden dessen Ursachen und Auswirkungen sowie mögliche Gegenmaßnahmen kennenlernen.
Kursinhalte
Nachhaltige Entwicklung durch die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie Terminologie, historische Perspektive und Prinzipien
Ökonomische, ökologische und soziokulturelle Einflüsse
Nachhaltiger Tourismus Definition und Prinzipien
Nachhaltige Planung, Entwicklung und Management von Reisezielen
Richtlinien und Codes Übersicht über existierende Richtlinien und Codes
Richtlinien und Codes in der Praxis
Nachhaltige Managementsysteme Managementsysteme und Umweltmanagementsysteme
PDCA-Zyklus
Überblick und kritische Bewertung ISO 14001 und EMAS
Kosten und Nutzen im Zusammenhang mit Sustainable-Management-Systemen
Zertifizierungen und Audits Intention des Überprüfungsverfahrens
Schritte des Bewertungsverfahrens
Externe Überprüfung durch Dritte
Ökolabels in Tourismus, Hospitality und Event Komponenten und Funktionen
Tourismusübergreifende Labels
Beherbergungsspezifische Labels
Sonstige touristische Labels
Corporate Social Responsibility Einführung
Klassisches Modell
Berichtspflicht
Vorbildliche Verfahren
Prinzipien nachhaltigen Designs Prinzipien und Konzepte
Passive versus aktive Solartechniken
Aktuelle vorbildliche Verfahren nachhaltigen Designs
Overtourism Definition und Ursachen
Auswirkungen von Overtourism
Mögliche Gegenmaßnahmen
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Hausarbeit

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Tourismusmanager, Tourismusfachwirt

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen