



HTW Chur

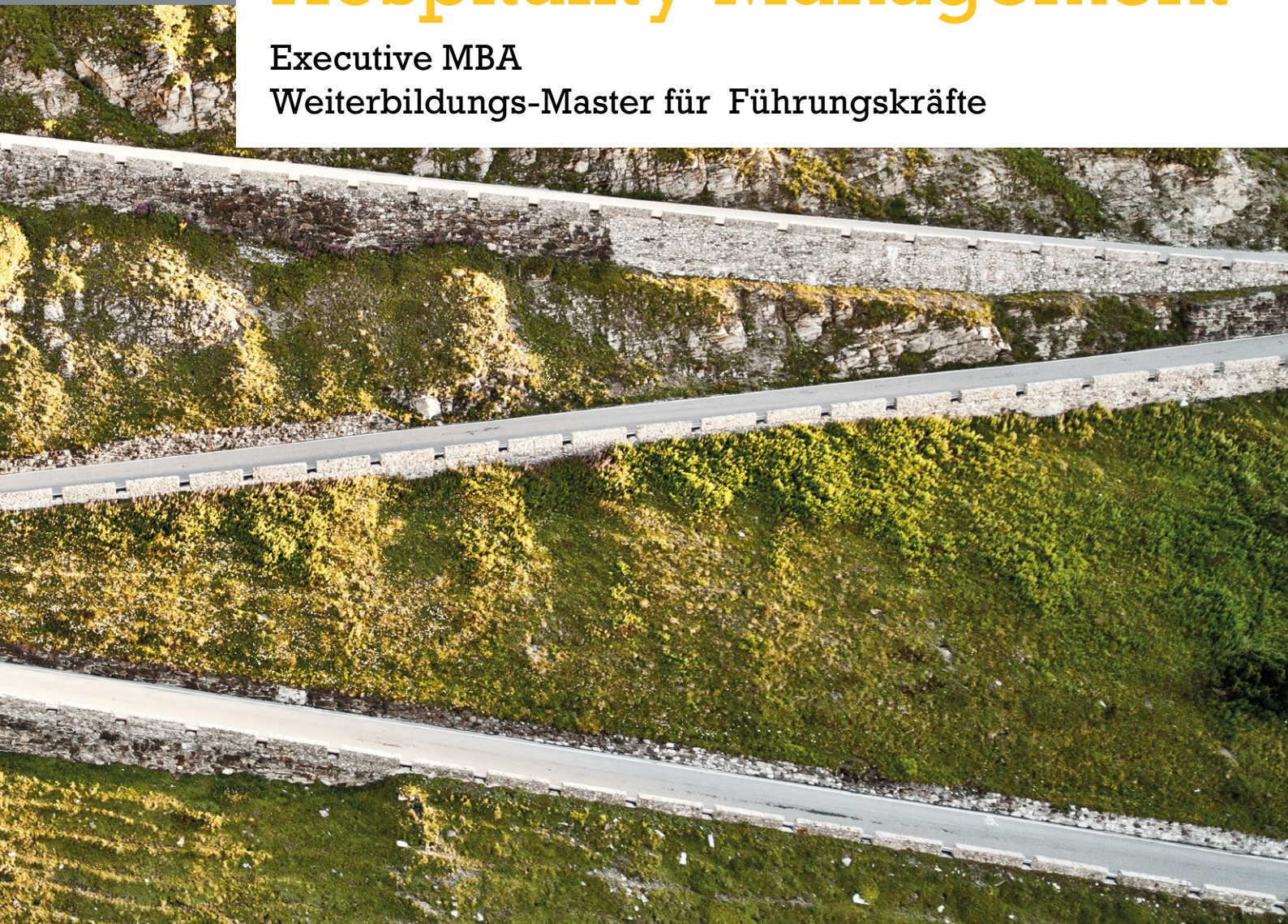


Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Tourismus und Hospitality Management

Executive MBA

Weiterbildungs-Master für Führungskräfte



ACADEMY
OF HOTEL EXCELLENCE
SWITZERLAND

Inhaltsverzeichnis

- 4 Vorwort**

- 5 Executive MBA – Tourismus und Hospitality Management**
 - 5 Warum ein EMBA mit Vertiefung Tourismus und Hospitality Management?
 - 5 Zielgruppe
 - 6 Studienkonzept
 - 8 Aufbau Studiengang
 - 9 Modulinhalte
 - 11 Masterarbeit

- 12 Studienbetrieb und -organisation**
 - 12 Fachlich kompetente und erfahrene Dozierende
 - 12 Persönliche Betreuung
 - 12 Studiendauer, Unterrichtszeiten und -ort
 - 13 Zulassung und Aufnahmeverfahren
 - 13 Unterrichtssprache
 - 13 Titel und Abschlussdokumente
 - 13 Studiengebühren

- 14 Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur**
 - 14 Departement und Themenschwerpunkt Lebensraum
 - 15 Institut für Tourismus und Freizeit ITF
 - 15 Praxisbezug der Weiterbildung durch Forschung und Dienstleistung im Institut für Tourismus und Freizeit

- 16 Academy of Hotel Excellence**
 - 16 Bildungspartner
 - 16 Advisory Board
 - 16 Studienkonzept

- 18 Studienleitung und Administration**
 - 18 Administration und Anmeldung
 - 18 Studienleitung und -beratung
 - 18 Informationsveranstaltungen

Bildnachweis:
Stefan Bogner, Graubünden Ferien, Yvonne Bollhalder,
swiss-image.ch/Christof Sonderegger, swiss-image.ch/
Stephan Schacher

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser

Weltweit wachsen Tourismus und Hospitality und bringen Innovationen bei Produkten, Dienstleistungen und Prozessen hervor. Auch der Schweizer Tourismus befindet sich im Aufbruch und in einer Phase der strukturellen Veränderung. Der EMBA mit Vertiefung Tourismus und Hospitality Management trägt durch fundiertes und nachhaltiges Vermitteln von neuem Managementwissen und -methoden dazu bei, die Branche zu professionalisieren und weiterzuentwickeln. Da sich die Leistungsträgerinnen und -träger in Destinationen nur gemeinsam weiterentwickeln können und sie mehrdimensionale Anforderungen bewältigen müssen, baut der interdisziplinär ausgestaltete EMBA auf einem ganzheitlichen Verständnis von Tourismus und Hospitality auf.

Zusammen mit der Academy of Hotel Excellence können wir Ihnen eine praxisorientierte Ausbildung in Tourismus und Hospitality Management bieten, die die Erfahrungen von erstklassigen Dienstleistern in der Schweiz nutzt. Die Academy of Hotel Excellence der HTW Chur und der Grand Resort Bad Ragaz AG wird als eigenständiges Unternehmen für Managementweiterbildungen in der Hotellerie geführt.

Wer sich für eine Weiterbildung auf Masterstufe entscheidet, hat in der Regel folgende Ziele: neue Kenntnisse und Fähigkeiten erwerben, die eigene Tätigkeit reflektieren und neue Inputs dafür erhalten, sich persönlich weiterentwickeln und das Netzwerk ausbauen.

Holen Sie sich die fachlichen und methodischen Inputs von den führenden Köpfen und den wegweisenden Projekten der Tourismus- und Hospitalitybranche und leiten Sie aus dem Gehörten, Gesehenen und Erlebten die nächsten Schritte für Ihr eigenes Unternehmen ab. Durch den Austausch mit Ihren Mitstudierenden, die ähnliche Ziele verfolgen wie Sie, sowie mit den Dozierenden und Gastreferentinnen und -referenten bauen Sie Ihre Kontakte aus. Nutzen Sie dieses Netzwerk für sich.

Wir freuen uns, Sie bei uns zu begrüßen.



Prof. Dr. Sylvia Manchen Spörri
Departementsleiterin Lebensraum

Executive MBA – Tourismus und Hospitality Management

Warum ein EMBA mit Vertiefung Tourismus und Hospitality Management?

Brauchen Führungspersonen im Tourismus einen EMBA-Abschluss und wenn ja, wäre es nicht sinnvoller, einen EMBA mit allgemeinen Inhalten wie General Management zu erlangen? Die Frage nach dem Nutzen dieses neuen Studiengangs für die Studierenden und die Branche ist zentral und wird von Fachpersonen ebenso gestellt wie von möglichen Studierenden.

Die Antwort ergibt sich aus den Herausforderungen, welchen Führungspersonen in Tourismus und Hospitality gegenüber stehen. Zum einen ist es das Handwerk des Managements: Personalführung, Finanzen und Controlling, Qualitätssicherung und anderes mehr. Zum anderen aber, und darin liegt der Erfolg, ist es die Ausrichtung des Unternehmens auf die Zukunft. In der Art dieser Anforderung unterscheiden sich Tourismus und Hospitality denn auch von anderen Industrie- und Dienstleistungsprodukten; hier sind sie einzigartig.

Zurzeit beschäftigt sich ganz Europa mit China und Indien. Die Eigenart und die Erwartungen der potenziellen Gäste aus diesen Kulturräumen interessieren aber nur wenige Unternehmen ausserhalb der Tourismusbranche. Genau hier werden solche Kenntnisse zum Erfolgsfaktor. Weitere Herausforderungen für die Branche sind ihre heutige und künftige Organisation und die Komplexität in den meisten europäischen Destinationsorganisationen. Hohe Kosten und sinkende Margen erfordern neue Geschäftsmodelle und die unterschiedlichen Anspruchsgruppen in einer Destination stellen deren Management vor vielschichtige Fragestellungen. Um diese Fülle an Aufgaben zu meistern, hilft ein Blick über den Tellerrand oft mehr, als sich im eigenen Kämmerlein zu verkriechen.

Um die Studierenden in der langfristigen Bewältigung ihrer Herausforderungen zu unterstützen, beinhaltet der neue Studiengang zu je einem Drittel Themen aus Unternehmensführung und Leadership, Management und Marketing sowie Tourismus und Hospitality. Er bietet Gelegenheit zum Netzwerkaufbau in der eigenen Branche und in weiteren Wirtschaftskreisen.

Zielgruppe

Das EMBA-Programm richtet sich an Touristikerinnen und Touristiker in leitenden Positionen sowie an erfahrene Führungspersonen aus anderen Branchen, die mit einem EMBA mit Vertiefung Tourismus und Hospitality Management den Einstieg in die Branche erreichen wollen.

Besonders geeignet ist der Studiengang für Führungskräfte aus folgenden Bereichen:

- Incoming und Outgoing
- Destinationsmanagementorganisationen (DMO)
- Hospitality und Hotellerie

Ebenso richtet sich der Studiengang an die folgende Bereiche, welche ein Fokus auf Tourismus und Hospitality haben:

- Public Relations
- Touristische Transportsysteme
- Detailhandel
- Sport, Kultur und Events
- Real Estate



Barbara Gisi
Direktorin Schweizer
Tourismus-Verband STV

«Lifelong Learning ist in aller Munde und je länger, je mehr auch in allen Köpfen. Gerade im Tourismus, einem Sektor in dem Qualität eine grosse Rolle spielt, haben Aus- und Weiterbildung einen grossen Stellenwert. Nur gut gebildete Mitarbeitende und Führungskräfte können die Servicequalität erbringen, die der Markt fordert. Ein Executive MBA ermöglicht dabei nicht nur Beruf, Weiterbildung und oftmals auch Familie unter einen Hut zu bringen. Diese Weiterbildungsform verknüpft auch Theorie und Praxis ideal, sodass das Gelernte direkt in den Arbeitsalltag und damit ins Unternehmen einfliesst.»

Studienkonzept

Das Studienkonzept der Managementweiterbildung der HTW Chur, zu der auch Tourismus und Hospitality zählen, ist dreistufig aufgebaut. In der Grundstufe werden in CAS- und DAS-Studiengängen die Managementgrundlagen für Führungskräfte vermittelt. Die Master-Stufe besteht aus Master of Advanced Studies MAS und Executive Master of Business Administration EMBA sowie der Masterarbeit. Insgesamt beinhaltet die Master-Stufe 60 ECTS-Punkte.

Die MAS-Stufe in Business Administration (24 ECTS-Punkte) beinhaltet 36 Unterrichtstage an 15 Wochenendblöcken sowie eine Intensivwoche und dauert von Februar bis Juli.

Studierenden aus den Bereichen Hospitality und Hotellerie stehen auch die Studiengänge der Academy of Hotel Excellence (S. 16) offen.

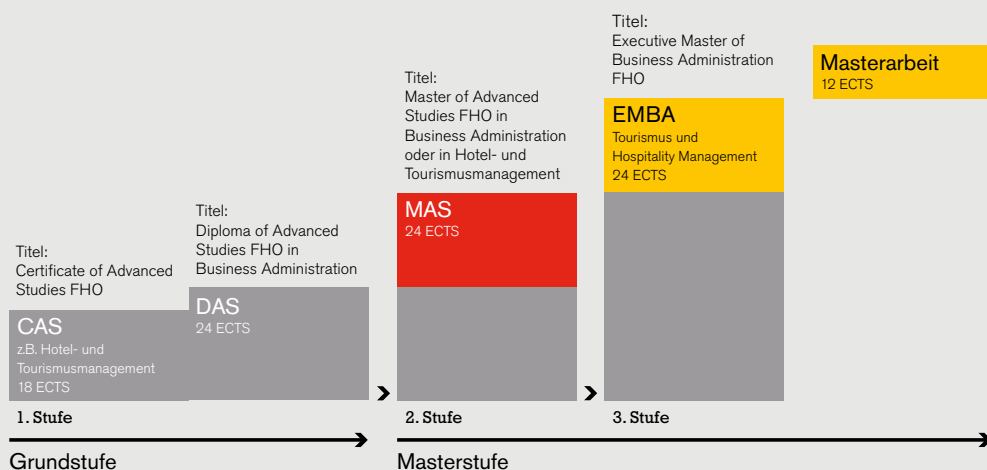
Die EMBA-Stufe (24 ECTS-Punkte) besteht aus 6 Modulen und 38 Tagen Kontaktunterricht (ca. 300 Kontaktlektionen) sowie 300 bis 400 Stunden Selbststudium. Die Kontaktlektionen finden in Blöcken à 2 bis 6 Tage statt. Pro Modul werden 4 ECTS-Punkte vergeben.

Studierende mit einer Vorbildung in Wirtschaft und Management (z.B. Bachelor in Business Administration) können direkt auf der EMBA-Stufe in den Studiengang einsteigen. 24 ECTS-Punkte werden dann aus der Vorbildung angerechnet. Über einen Direkteinstieg auf EMBA-Stufe entscheidet die Studienleitung. Den Abschluss des Weiterbildungs-Masters bildet die Masterarbeit, die als Einzelarbeit verfasst wird und mit 12 ECTS-Punkten dotiert ist.



Alexander Fritsch
Tourismspartner GmbH

«Im neuen EMBA Tourismus und Hospitality Management werden komplexe Zusammenhänge thematisiert und Konsequenzen für die strategische Entscheidungsebene abgeleitet – eine goldrichtige Mischung aus Weitsicht und praktischer Umsetzbarkeit.»





Aufbau Studiengang

Der Studiengang EMBA mit Vertiefung Tourismus und Hospitality Management ist in folgende drei Blöcke unterteilt: «Unternehmensführung und Leadership», «Management und Marketing» sowie «Tourismus und Hospitality» aufgeteilt. Integraler Bestandteil der Weiterbildung ist ein Study Trip nach Südostasien.

Die Auswahl der Themen erfolgte auf der Basis der geforderten Kompetenzen an Führungspersonen in Tourismus und Hospitality. Aus diesen leitet sich auch die vergleichsweise hohe Gewichtung des Marketings ab. Die Teilmodule Strategische Unternehmensführung, Internationales Management, Dienstleistungs-

marketing und Internationales Marketing werden voraussichtlich gemeinsam mit der EMBA Vertiefung Strategisches Management durchgeführt. Aus dieser Konstellation ergeben sich interessante Netzwerkmöglichkeiten für die Studierenden über den eigenen Studiengang hinaus.

Das aktive Einbringen der persönlichen Praxiserfahrung und der Transfer des Erlernten in den Berufsalltag sind wesentlicher Bestandteil der Weiterbildung. Im Lehrgespräch vermitteltes Theorie- und Praxiswissen wird ergänzt durch Gruppenarbeiten, Fallstudien, Diskussionen und Gastreferate.

Unternehmensführung und Leadership	Modul 1: Unternehmensführung	
	– Kick-off-Tag**	1 Tag
	– Strategische Unternehmensführung*	6 Tage
	Modul 2: Führung von Teams und Mitarbeitenden	
	– Leadership	5 Tage
Management und Marketing	Modul 3: Management auf Executive-Ebene	
	– Finanzmanagement	3 Tage
	– Internationales Management*	2 Tage
	– Corporate Responsibility & Sustainability	1 Tag
	Modul 4: Marketing	
	– Strategisches Marketing	1 Tag
	– E-Marketing in Tourismus & Hospitality	1 Tag
– Dienstleistungsmarketing*	3 Tage	
	– Internationales Marketing*	3 Tage
Tourismus und Hospitality	Modul 5: Tourismus & Hospitality auf Executive Ebene	
	– Tourismusökonomie und aktuelle Entwicklungen in der Tourismuspolitik	1 Tag
	– Innovationsmanagement und Produkteinnovation	1 Tag
	– Tourismusinfrastruktur	1 Tag
	– Tourismus & Mobilität	1 Tag
	– Destinationsmanagement	2 Tage
	Modul 6: Study Trip	
– Vor- und Nachbearbeitung	1 Tag	
– Study Trip Südchina und Südostasien	5 Tage (+ Transferzeit)	

* Diese Teilmodule werden gemeinsam mit der Vertiefung Strategisches Marketing der Management Weiterbildung der HTW Chur durchgeführt

** Der Kick-off-Tag findet für alle EMBA-Studierenden der HTW Chur gemeinsam statt.

Modulinhalte

Modul 1:

Strategische Unternehmensführung

Die Studierenden erarbeiten den gesamten Strategieprozess von der Analyse über die Strategieformulierung und -implementierung bis zum Strategiecontrolling. Ein besonderer Fokus liegt auf dem strategischen und operativen Planungsprozess. Verschiedene Strategieansätze und -modelle werden vermittelt und in Fallstudien angewendet.



«Insbesondere die Tourismusbranche ist geprägt von den vielen Einflüssen aus Gesellschaft, Wirtschaft, Technologie und Umwelt. Oft ist es schwierig, sich

neben dem Tagesgeschäft noch «up to date» zu halten und die Erkenntnisse dann noch sinnvoll für die eigene Tätigkeit zu kanalisieren. Ein EMBA erweitert den Horizont, bringt einen auf den neusten Stand der Entwicklungen und Trends und ermöglicht den spannenden Austausch mit anderen Fachleuten aus der Branche. So gewinnt man wertvolle Inputs für den eigenen Arbeitsalltag und kann das Gelernte in der eigenen Tätigkeit umsetzen.»

Simone Treichler
Absolventin EMBA HTW Chur, Marketing- und PR-Fachfrau/Tourismusfachfrau HF

Modul 2: Leadership

Das Modul Leadership findet in der Form einer Führungssimulation statt. In dieser werden die Teilnehmenden unter Zeitdruck mit einer Vielzahl von komplexen Problemstellungen konfrontiert. Es geht darum, in Echtzeit auf unerwartete Änderungen der Lage sowie auf das Eintreten von Ereignissen methodisch, ziel- und kontextbezogen zu reagieren und mit simuliertem Stress umzugehen. Die persönliche Wahrnehmung des eigenen Verhaltens in einem Arbeitsteam (als Führungskraft und als Geführter) wird dabei mit Fremdbildern verglichen und kritisch reflektiert.



«In der heutigen rasanten Welt sind bewegliche Menschen gefordert, die Trends frühzeitig erkennen und individuelle Lösungsansätze für

neuartige Situationen entwickeln können. Der EMBA der HTW Chur fordert und fördert Sie, Herausforderungen professionell anzugehen und zu meistern, aus Ihrer Komfortzone herauszutreten und zu wachsen – beruflich wie persönlich.»

Patrick Rüedi
Direktor der Höheren Fachschule für Tourismus Luzern AG

Modul 3: Management auf Executive-Ebene

Das Modul thematisiert die für einen EMBA zentralen Managementaspekte: finanzielle Unternehmensführung und internationales Management. Zudem werden vor dem Hintergrund, dass die Branche langfristige und nachhaltige Strategien braucht, neue Erkenntnisse und Best Practices zu den Themen Corporate Responsibility und Sustainability in Verbindung mit Tourismus und Hospitality thematisiert.



«Das in einem EMBA vermittelte Wissen bildet ein notwendiges Fundament, das gepaart mit Praxis-Erfahrung den Erfolg auf internationalen

Märkten deutlich beschleunigt und vor Fehlern schützt. Leider bestand dieser EMBA am Anfang meiner Tourismuskarriere noch nicht. Er hätte mich vor einigen durch Nichtwissen gemachten Umwegen bewahrt.»

Urs Eberhard
Leiter Märkte und Meetings, Schweiz Tourismus

Modul 4: Marketing

Marketing und Sales sind in Nachfragemärkten wie dem Tourismus Kernkompetenzen der Unternehmen und der Destinationen. Nach einer Einführung ins strategische Marketing und einer Vertiefung in E-Marketing und E-Sales in Tourismus und Hospitality folgen mit den Vertiefungen in Dienstleistungsmarketing und internationalem Marketing die Themen, auf denen der Marketing- und Markterfolg in Tourismus und Hospitality basieren.



«Die Zukunft gehört den Destinationen, die sich als ‹Lebensraum› verstehen – für Gäste und Einheimische. Denn nur wenn sich Letztere wohl und durch

die Touristinnen und Touristen nicht beeinträchtigt fühlen, werden Einheimische wieder zu innovativen Gastgeberinnen und Gastgebern, die sich auf die Hoch- und nicht auf die Nebensaison freuen. Der Gästezustrom ist nirgends (mehr) selbstverständlich. Die Mehrdimensionalität ihrer Aufgabe gegenüber den verschiedenen Anspruchsgruppen ist eine echte Herausforderung für die Tourismusdirektorinnen und Destinationsmanager.»

Dr. Manfred Kohl
Gründer des auf die Hotellerie und Tourismuswirtschaft spezialisierten Beratungsunternehmens Kohl & Partner
www.kohl.at

Modul 5: Tourismus und Hospitality auf Executive-Ebene

Ziel dieses Moduls ist es, die bereits vorhandenen Grundkenntnisse der Studierenden in den Themen Tourismus und Hospitality spezifisch zu vertiefen. Dabei werden die beiden Begriffe als Teil eines integrativen Tourismusansatzes verstanden. Die Grundlage des Moduls bildet ein Einblick in die Tourismusökonomie sowie in die aktuelle Tourismuspolitik der Schweiz. Kernthemen des Moduls sind neueste Ansätze im Destinationsmanagement in alpinen Destinationen wie auch in Städten

sowie aktuelle Fragestellungen zu Tourismusinfrastruktur und Geschäftsmodellen mit Fokus auf deren Finanzierung. Den Abschluss des Moduls bildet der Blick auf Transport und Mobilität im Tourismus heute und morgen mit Fokus auf die internationale Airline-Branche wie auch auf die nationalen und regionalen Transportsysteme.



«Das ÖV-System Schweiz ist ein wichtiger Trumpf des Schweizer Tourismus. Damit wir auch zukünftig die Wettbewerbsfähigkeit des Schweizer Tourismus

halten können, brauchen wir nicht nur funktionsfähige Hardware, sondern auch ein hohes Mass an Kundenorientierung. Diese erreichen wir nur durch gut ausgebildete Führungskräfte, die den Service-Gedanken vorleben und glaubhaft vermitteln können.»

Jeannine Pilloud
Leiterin SBB Personenverkehr, Mitglied der Konzernleitung

Modul 6: Study Trip Südostasien

Am Beispiel der Wirtschaftsregion ASEAN Economic Community (AEC) und der neu entstehenden Freihandelszonen in Südostasien mit ihren 700 bis 800 Millionen Menschen werden globale Trends und Entwicklungen thematisiert. Auch Chancen für den europäischen und schweizerischen Tourismus werden aufgearbeitet. Thematische Schwerpunkte der Studienreise sind das Kennenlernen einer neuen touristischen Zielgruppe und insbesondere deren Erwartungen, Bedürfnisse und Verhaltensmuster (interkulturelle Aspekte). Zudem werden Trends in der Destinationsentwicklung und in der Hotellerie, in Transportsystemen und Mobilität sowie Marketing und Kommunikation in Südostasien diskutiert.

Die Studienreise ist thematisch und methodisch in den Studiengang integriert.



«Asien ist bezüglich Tourismusentwicklung der Wachstumsmarkt Nummer 1. Zwischen den Giganten China und Indien entsteht mit der

ASEAN Economic Community AEC eine weitere boomende Wirtschaftsregion mit über 800 Millionen Menschen, die die globale Zukunft mitprägen werden. Für Touristikerinnen und Touristiker Europas ist es ein «Muss» und eine «Chance» gleichzeitig, diese dynamische Region kennenzulernen.»

Prof. Dr. iur. Mario Barblan
HSG Dozent an der Khon Kaen University sowie
Wirtschafts- und Tourismuskonsulent mit Spezialgebiet
Südostasien

Masterarbeit

Im Anschluss an die Module 1 bis 6 erarbeiten die Studierenden eine individuelle Masterarbeit. Eine besondere Bedeutung kommt der praxisnahen Ausarbeitung zu, in der das Erlernete auf aktuelle Fragestellungen aus der Praxis angewendet wird.

Die Masterarbeit soll einerseits der Verfasserin oder dem Verfasser respektive deren/dessen Betrieb einen konkreten Nutzen bringen, andererseits den Anforderungen einer wissenschaftlichen Arbeit gerecht werden.



Studienbetrieb und -organisation

Fachlich kompetente und erfahrene Dozierende

Die Dozierenden sind Expertinnen und Experten in ihrem jeweiligen Fachgebiet und stellen das hohe Niveau des Executive MBA – Tourismus und Hospitality Management durch ihre langjährige und internationale Berufserfahrung in Theorie und Praxis sicher. Wichtig ist im EMBA die Mischung aus Dozierenden, die an verschiedenen Hochschulen im In- und Ausland tätig sind, und Expertinnen und Experten, die ihre profunde Praxiserfahrung in den Studiengang einbringen.

Unsere Dozierenden verfügen über eine methodisch-didaktische Ausbildung und viel Erfahrung. Kreative Lehrmethoden und der Einsatz zeitgemässer Hilfsmittel ermöglichen ein spannendes und effizientes Studium. Die einzelnen Ausbildungsmodule werden mit einem der Zielgruppe entsprechenden Kompetenznachweis abgeschlossen.

Persönliche Betreuung

Die überblickbare Zahl an Studierenden gewährleistet eine individuelle Betreuung und Förderung in einer persönlichen Atmosphäre. Für ein optimales Lernergebnis der Studierenden setzen sich Dozierende, Studienleitung und Studienadministration gemeinsam ein.

Studiendauer, Unterrichtszeiten und -ort

Es wird berücksichtigt, dass die Studierenden während des Studiums in der Regel voll berufstätig bleiben. Daher findet der Unterricht kompakt in Blöcken à 2 bis 6 Tagen statt. Das Studium besteht aus 6 Modulen à je 6 Unterrichtstage, wobei ein Unterrichtstag 8 Lektionen umfasst. Neben den rund 300 Kontaktlektionen erarbeiten sich die Studierenden das erforderliche Fachwissen im Selbststudium (rund 400 Stunden für Vorbereitung sowie Erbringen der Modulleistungsnachweise).

Der EMBA startet im September und dauert bis Juli des Folgejahres. Die Masterarbeit wird innert 14 Wochen zwischen Juni und Oktober verfasst und geht von einem Arbeitsaufwand von 300 bis 360 Stunden aus.

Der Unterricht findet in Chur (14 Tage), Zürich (14 Tage) und Bad Ragaz (5 Tage) statt. Während des Study Trips in verschiedenen Destinationen Südostasiens (5-6 Tage). Änderungen vorbehalten.



Zulassung und Aufnahmeverfahren

Für den EMBA mit Vertiefung Tourismus und Hospitality Management gelten folgende Aufnahmekriterien:

- Hochschulabschluss oder Höherer Bildungsabschluss des Bundes
- fünf Jahre Berufserfahrung (im Tourismus), davon zwei Jahre Führungserfahrung
- Alter ab 30 Jahren
- absolvierte Weiterbildung in Business Administration oder Ähnlichem mit mindestens 24 ECTS-Punkten oder vorgängiger Besuch einer entsprechenden Weiterbildung (z.B. MAS in Business Administration der HTW Chur oder MAS Hotel- und Tourismusmanagement der Academy of Hotel Excellence).

Interessentinnen und Interessenten mit abweichenden Voraussetzungen können auf der Basis eines individuellen Entscheids der Studienleitung aufgenommen werden. Über die Zulassung entscheidet in allen Fällen die Studienleitung aufgrund des Aufnahmedossiers und eines persönlichen Gespräches mit den Kandidatinnen und Kandidaten. Die definitive Aufnahme wird von der Hochschule schriftlich bestätigt. Anmeldeschluss ist der 31. Juli des gewünschten Studienjahres. Eine frühzeitige Anmeldung wird empfohlen.

Unterrichtssprache

In den meisten Modulen ist Deutsch die Unterrichtssprache und alle Leistungsnachweise können durch die Studierenden auf Deutsch verfasst werden. Einzelne Unterrichtsblöcke werden in englischer Sprache unterrichtet. Literatur und Unterlagen der Dozierenden können ebenfalls teilweise auf Englisch vorliegen.

Titel und Abschlussdokumente

Für die Studienleistungen werden nach dem europaweit geltenden Kreditpunktesystem European Credit Transfer System (ECTS) Punkte vergeben. Dieses System bezweckt eine transparente Anerkennung von Lernleistungen der Studierenden und ermöglicht ein leichteres

Wechseln zwischen Hochschulen. Ein ECTS-Punkt entspricht einer Arbeitsleistung von 25 bis 30 Stunden. Die erreichten ECTS-Punkte und die Leistungsergebnisse werden in einem Zeugnis und in einem Diploma Supplement dokumentiert.

Für das erfolgreich absolvierte Studium werden 60 ECTS-Punkte und der Titel «Executive MBA FHO mit der Vertiefung Tourismus und Hospitality Management» verliehen. Die Diplome werden von der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur im Namen der FHO Fachhochschule Ostschweiz verliehen und sind öffentlich anerkannt sowie rechtlich geschützt.

Studiengebühren

Die Kosten für den Unterricht inkl. Prüfungen belaufen sich auf CHF 17'500.–. Für die Masterarbeit betragen die Kosten CHF 3'000.–.

Nicht im Preis inbegriffen sind Reise-, Verpflegungs- und Übernachtungsspesen sowie Ausgaben für Literatur.

Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur

Die Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur mit ihren rund 1600 Studierenden ist eine regional verankerte Hochschule mit nationaler und internationaler Ausstrahlung. Sie bietet Bachelor-, Master- und Weiterbildungsstudiengänge in den Disziplinen «Ingenieurbau/Architektur», «Informationswissenschaft», «Management», «Multimedia Production», «Technik» sowie «Tourismus» an. Die HTW Chur betreibt in allen Fachbereichen angewandte Forschung und Entwicklung, führt Beratungen durch und bietet Dienstleistungen an. Die gesamte Hochschule ist ISO 9001:2008 zertifiziert. Die HTW Chur ist seit dem Jahr 2000 Teil der FHO Fachhochschule Ostschweiz. Die Geschichte der Hochschule begann bereits 1963 mit der Gründung des Abendtechnikums Chur.

Departement und Themenschwerpunkt Lebensraum

Der Weiterbildungs-Master gehört zum Departement Lebensraum. Lebensräume sind geprägt durch ihre unterschiedlichen Nutzungsformen. Im alpinen Raum sind Tourismus, Bau und Energie wirtschaftlich, kulturell und landschaftlich prägend. Die Siedlungsstrukturen haben sich durch die naturgegebenen Talschaften dezentral entwickelt und schaffen verschieden stark vernetzte Lebens-, Arbeits- und Freizeiträume. Im Fokus des Themenschwerpunktes Lebensraum steht die zielgerichtete Entwicklung der unterschiedlichen regionalen Räume durch die interdisziplinäre Zusammenarbeit von Tourismus, Ingenieurbau/Architektur und Wirtschaftspolitik. Starker Praxis- und Regionalbezug kombiniert mit angewandter Forschung ermöglicht ganzheitliche und innovative Lösungen in den Forschungsschwerpunkten.

Forschungsschwerpunkte

- Infrastrukturentwicklung
- Tourismusentwicklung
- Regionalentwicklung

Institute und Zentrum

Der Themenschwerpunkt Lebensraum wird vom gleichnamigen Departement bearbeitet. Die zugehörigen Institute und das Zentrum sind:

- Institut für Bauen im alpinen Raum IBAR
- Institut für Tourismus und Freizeit ITF
- Zentrum für wirtschaftspolitische Forschung ZWF

www.htwchur.ch/lebensraum



Institut für Tourismus und Freizeit ITF

Das Institut für Tourismus und Freizeit ITF ist das anerkannt innovative und unternehmerische Bildungs- und Kompetenzzentrum der Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Alpenraum. Es basiert auf regionalem Bezug und überregionaler Ausstrahlung. Das ITF entwickelt Wissen durch angewandte Forschung und Dienstleistungen und vermittelt dieses Know-how wertfördernd seinen Kundinnen und Kunden.

Praxisbezug der Weiterbildung durch Forschung und Dienstleistung im Institut für Tourismus und Freizeit

In Projekten der angewandten Forschung und in Dienstleistungsprojekten des Institutes für Tourismus und Freizeit wird relevantes Wissen generiert, das in den Unterricht einfließt und dadurch die laufende Aktualisierung der Lehre gewährleistet. Dabei werden in der angewandten Forschung inter- und transdisziplinäre Methoden entwickelt und die Erkenntnisse in praxisnahen Dienstleistungs- und Beratungsprojekten umgesetzt. Tourismus und Freizeit als Querschnittsthemen werden dabei inhaltlich in den vier Schwerpunkten Destinationsentwicklung, Kundenmanagement, Hospitality und Nachhaltigkeit bearbeitet.



Marco Hartmann
Leiter Institut für Tourismus
und Freizeit (ITF)

«Das Institut für Tourismus und Freizeit ITF sieht die touristische Entwicklung in der Schweiz als ganzheitliche Aufgabe im Kontext von Landschaft und alpinem Lebens- und Wirtschaftsraum. Wir bieten in Zusammenarbeit mit weiteren Instituten des Departements «Lebensraum» erweiterte Querschnittsleistungen an, z. B. im Bereich des Bauens im alpinen Raum, in der volkswirtschaftlich orientierten Regionalentwicklung wie auch HTW-weit in der betriebswirtschaftlich orientierten, unternehmerischen Innovationsentwicklung sowie im Bereich Informationstechnik und soziale Medien.

In Anlehnung an unsere Vision eines innovativen und unternehmerischen Bildungs- und Kompetenzzentrums nutzen und entwickeln wir inter- und transdisziplinäre Methoden und setzen die Erkenntnisse in praxisnahen Dienstleistungs- und Beratungsprojekten mit regionalem Bezug und überregionaler Ausstrahlung um. Gemäss der Mission des ITF wird das entwickelte Wissen von Forschungs- und Dienstleistungsergebnissen wertfördernd an die Studierenden und Kundinnen und Kunden vermittelt.»

Academy of Hotel Excellence

Bildungspartner

Im stetig steigenden Konkurrenzkampf um gute Arbeitskräfte ist es entscheidend für ein Unternehmen, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein und eigene Talente in Richtung Mitarbeiterführung zu fördern wie auch zu entwickeln. Dabei geht es nicht nur um berufliche Aufstiegschancen. Dem Führungsnachwuchs sollen auch akademische Weiterbildungsmöglichkeiten geboten werden.

Deshalb wurde die Academy of Hotel Excellence (AoHE) am 15. Juni 2011 von der Grand Resort Bad Ragaz AG und der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur als eigenständiges Unternehmen gegründet.

Die angebotenen Nutzen der Academy sind vielfältig. Einerseits können die Mitarbeitenden eine Managementweiterbildung absolvieren, in der sie international anerkannte ECTS-Punkte sammeln und somit ihre Karriere in der Hotellerie- und Tourismusbranche vorantreiben. Andererseits profitieren die Unternehmen von erstklassig ausgebildeten Mitarbeitenden. Die ausgebildeten Führungskräfte bringen einen vollgepackten Koffer an Fach-, Methoden- und Managementkompetenzen mit und arbeiten mit Herzblut im Unternehmen, das sie fördert.

Die Academy ist das einzige Institut der Hotellerie, das in der Deutschschweiz akkreditierte Ausbildungen auf Hochschulebene anbietet.

Advisory Board

Die Academy wird unterstützt von einem Advisory Board, das aus Expertinnen und Experten von neun 5-Stern Luxushotels in der Schweiz und der Swiss International Air Lines besteht. Dieses Expertenteam verfügt über Langzeiterfahrungen in der Hospitality Branche und stellt dadurch die Praxisrelevanz, Qualität und Entwicklung der Academy sicher. Aktuell setzt sich das Advisory Board wie folgt zusammen:

The Dolder Grand Zürich, Les Trois Rois Basel, Bürgenstock Resort, Badrutt's Palace St. Moritz, Victoria-Jungfrau Collection, Waldhaus Sils-Maria, Tschuggen Hotel Group, Grand Hotel Zermatterhof, Arosa Kulm und Swiss International Air Lines.

Studienkonzept

Die Academy bietet die folgenden Weiterbildungsmöglichkeiten an, die basierend auf dem Bologna-Modell national und international anerkannt sind:

- CAS in Hotel- und Tourismusmanagement (16 ECTS)
- DAS in Hotel- und Tourismusmanagement (30 ECTS)
- MAS in Hotel- und Tourismusmanagement (60 ECTS)
- EMBA mit Vertiefung Tourismus und Hospitality Management (60 ECTS)



Daniel Grünenfelder
CEO Tamina Therme AG
und Director Human Resources
Corporate GRBR AG (Grand Resort Bad
Ragaz).
Managing Director Academy
of Hotel Excellence

«Die Hotelinfrastruktur der Schweiz besteht seit Jahren und ist weltweit in einer Topposition – jetzt sind einmal mehr die Menschen in der Unternehmung entscheidend. Deren Qualifikation und Engagement sind massgebend für den Erfolg des Betriebes. Aus diesem Grund ist die Entwicklung der Mitarbeitenden in Hinblick auf zukünftige Anforderungen entscheidend. Wir schaffen die Voraussetzung, um im Wettbewerb unter den Besten obenaus zu schwingen. Die Academy of Hotel Excellence ist ein wichtiges Instrument dafür.»





Corinne Denzler
Group Director
Tschuggen Hotel Group

«Die Tschuggen Hotel Group beschäftigt über 500 Mitarbeitende aus den verschiedensten Bereichen. Dabei sind wir darauf angewiesen, gut aus- und weitergebildete Mitarbeitende in unseren Reihen zu wissen. Vor allem für Stellen im Kaderbereich ist eine duale Ausbildung basierend auf Praxis und Weiterbildung sehr wertvoll. Der dritte und für uns äusserst wichtige Punkt für die ideale Kandidatin oder den idealen Kandidaten ist die Passion für den Beruf und die Freude am Gästekontakt.»



Studienleitung und Administration

Administration und Anmeldung

Studienleitung und -beratung

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an:



Franziska Frei
Organisationsassistentin
Telefon +41 (0)81 286 39 59
E-Mail tourismus-weiterbildung@htwchur.ch



Prof. Barbara Haller Rupf
Studienleiterin Weiterbildung ITF


Anmeldeschluss: 30. Juli

Informationsveranstaltungen

Zum EMBA-Programm werden regelmässig Informationsveranstaltungen durchgeführt. Die genauen Daten werden auf der Website www.htwchur.ch/infoveranstaltung publiziert.



Committed to excellence



HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
Comercialstrasse 22
CH-7000 Chur

Telefon +41 (0)81 286 24 24
Telefax +41 (0)81 286 39 49
E-Mail hochschule@htwchur.ch

www.htwchur.ch