

Fakten und Zahlen

Kursübersicht

Abschluss	CAS FH in Hospitality Excellence
Kreditpunkte	Die Teilnehmenden erwerben insgesamt 15 ECTS-Credits.
Dauer	10 Monate
Unterricht	8 Präsenztage, jeweils montags und dienstags
Geleitetes und freies Selbststudium	Die Dozierenden stehen in dieser Zeit als Coaches unterstützend zur Verfügung. Anhand der Fachliteratur kann der Wissensstand jederzeit selbst geprüft werden. Zudem erhalten Sie ein Lehrmittel, das zur Vertiefung individueller Themen genutzt wird.
Abschlussarbeit	Transferarbeit (ca. 20 Seiten) über eine konkrete Problemlösung im eigenen Betrieb. Die Arbeit wird schriftlich eingereicht und zusätzlich mündlich vor einem Expertengremium präsentiert.
Kurskosten	CHF 8 900.– inkl. Kursunterlagen und Verpflegung Für Hotelfachschule Zürich Absolventen: CHF 8 100.–
Durchführungsort	Hotelfachschule Zürich Seestrasse 141 8002 Zürich
Übernachtung	Kann auf Wunsch für Sie organisiert werden.



« Wir begleiten, inspirieren und fördern Menschen sich zu unternehmerisch denkenden und handelnden Führungspersönlichkeiten mit Herz zu entwickeln.»

« Wir schaffen eine innovative, sozial vorbildliche und nachhaltige Lernumgebung und leben Passion für professionelle Gastlichkeit und Führung vor.»

Hospitality Excellence Start Februar und August

Certificate of Advanced Studies (CAS FH)

Certificate of Advanced Studies (CAS FH)

Die Hotelfachschule Zürich HF bietet ausgewiesenen Kaderleuten aus der Gastronomie und Hotellerie eine akademische Weiterbildung zum CAS FH in Hospitality Excellence. Dieser Studiengang vermittelt den Teilnehmenden ein umfassendes Wissen, welches auf dem Abschluss der Hotelfachschule Zürich aufbaut. Der Fokus liegt u. a. auf den wissenschaftlichen Grundlagen der behandelten Modelle und Vorgehensweisen mit Schwerpunkt auf der Wissenserweiterung für Ihre nächste Karrierestufe.

Eine kompetente Partnerschaft

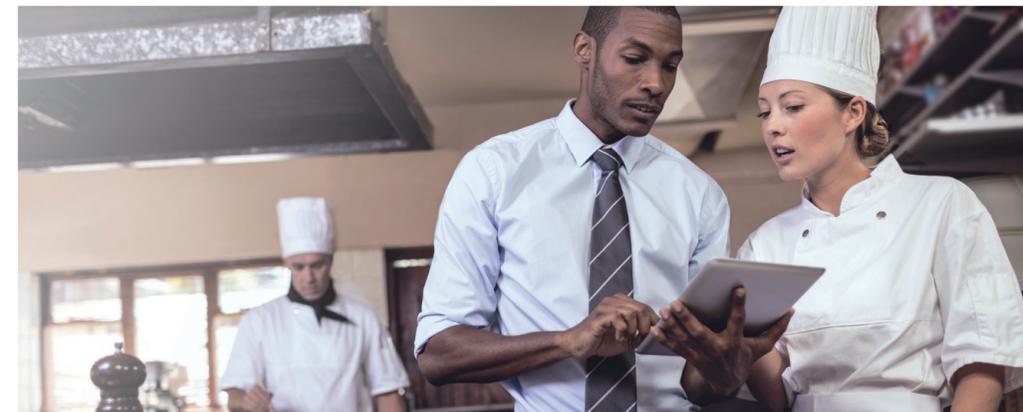
Mit der Kalaidos Fachhochschule haben wir eine ausgewiesene Partnerin an der Seite: sie hat ein ähnliches Innovations- und Qualitätsdenken wie wir und ist die einzige eidgenössisch akkreditierte FH mit privater Trägerschaft.

Bei der Konzeptionierung des Studienganges wurden die Inhalte speziell auf die Bedürfnisse junger Kaderleute angepasst.



Die Hochschule für Berufstätige.

Die Dozierenden lehren nicht nur ihre jeweiligen Themen, sondern arbeiten tagtäglich in diesen Bereichen. Dies garantiert einen hohen Aktualitäts- und Praxisbezug. Viele von ihnen kommen aus der Hospitality-Branche und verfügen über eine entsprechende didaktisch-methodische Weiterbildung.



Ihre Vorteile

- Aktuelle Themen aus den fünf Bereichen Strategie, Marketing, Operations, Controlling und Leadership kennen lernen
- Methoden und Tools kennen und nutzen lernen, um Herausforderungen im beruflichen Alltag als Führungskraft erfolgreich zu meistern
- Eigene Fragestellungen aus der Praxis einbringen und konkrete Lösungen erarbeiten können
- 100 % Berufstätigkeit neben der Weiterbildung sind dank einer hohen Zeit- und Ortsautonomie möglich.

Zielgruppe

- Führungskräfte aus der Dienstleistungsbranche, die obige Themen neu erlernen oder auffrischen und in der Praxis anwenden wollen.
- Fachpersonen, die spezifische und fundierte Management-Qualifikationen in der Dienstleistungsbranche erwerben möchten.

Zulassung zum Studiengang

Eine abgeschlossene Weiterbildung im tertiären Bereich, z. B. Diplom der Hotelfachschule Zürich HF. Zusätzlich sind mindestens 2 Jahre Führungserfahrung erforderlich.

Module und Schwerpunkte

Strategisches Hospitality-Management 2 Tage

Eine fundierte Strategie ist für ein Unternehmen lebenswichtig, um sich auf dem Markt zu positionieren und von der Konkurrenz abzuheben. In unserer stark vernetzten Welt werden Trends in einem unglaublich hohen Tempo und in einer hohen Kadenz über den ganzen Globus transportiert. Welcher Trend kann eine sinnvolle Ergänzung zu einer bestehenden Strategie sein, ohne dass man Gefahr läuft, den erfolgreichen Weg für einen eventuell kurzfristigen Hype zu verlassen.

Ein erfolgreiches Unternehmen

- überprüft die Strategiemodelle auf ihre Praxistauglichkeit, bevor sie implementiert werden.
- kontrolliert in regelmässigen Abständen und mit geeigneten Instrumenten, ob die gewählte Strategie die gewünschte Wirkung erzielt.
- versteht Strategie, Unternehmensstruktur und Unternehmenskultur als eine nicht zu trennende Einheit.
- schafft es, sich klar auf dem Markt zu positionieren und sich von seinen Konkurrenten zu differenzieren.
- kennt die eigenen Chancen, Risiken, Stärken und Schwächen und kann Massnahmen ableiten, die sich positiv auf den Erfolg auswirken.

Marketing

1.5 Tage

Der Bereich Online und Digital nimmt einen immer grösseren Anteil an Marketing-Aktivitäten in Unternehmen ein. Es zeigt sich jedoch, dass in der Dienstleistungsbranche ein erfolgreiches Beziehungsmarketing, welches auf persönlichen und langfristigen (Kunden-)Beziehungen basiert, unerlässlich ist. Eine erfolgreiche Marketing-Strategie verbindet diese beiden Bereiche.

Ein wirkungsvoller Marketing-aktivitäten-Plan für Dienstleistungsunternehmen

- basiert auf einer Unternehmensstrategie und orientiert sich dabei immer an den Möglichkeiten des Marktes und den Kundenbedürfnissen.
- nutzt die zahlreichen Möglichkeiten im Bereich Digital bzw. Online nicht als Selbstzweck, sondern sucht sich die für das Unternehmen sinnvollen Instrumente von E-Marketing gezielt aus.
- baut stark auf Beziehungsmarketing auf.
- beinhaltet immer auch ein Controlling, welches den Erfolg der umgesetzten Massnahmen misst und bewertet.

Operatives Hospitality-Management

2 Tage

Dienstleistungsunternehmen müssen heute einerseits stets am Ball bleiben, um die Kosten zu minimieren und andererseits permanent an der Qualität von eigenen Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsprozessen arbeiten. Diese Gratwanderung zwischen Kostenoptimierung und der steten Qualitätsentwicklung kann allerdings nur gelingen, wenn Unternehmen die eigene Effizienz durch eine durchdachte Arbeitsplanung und Arbeitsorganisation steigern.

Ein auf operativer Ebene erfolgreiches Unternehmen

- setzt die strategischen Vorgaben in der operativen Planung um.
- nutzt aktuelle Methoden und Instrumente zur Effizienzsteigerung (insbesondere in der Arbeits- und Dienstplanung).
- ist sich des Spannungsfeldes zwischen (Personal-)Kostenmanagement und stetig steigenden Kundenerwartungen bewusst.
- ist bereit, bestehende Prozesse im Rahmen eines Reengineerings zu ersetzen und (kosten-)optimierte Geschäftsprozesse im operativen Alltag einzuführen.
- stellt eine Balance zwischen Individualisierung und Standardisierung von (Dienst-)Leistungen her und stützt sich dabei stets auf die Unternehmensstrategie ab.

Finanzielles Hospitality-Management 1.5 Tage

Erfolgreiche Hospitality-Unternehmen messen regelmässig unterschiedliche Kennzahlen und bewerten diese. Die konsequente Analyse deckt auf, in welchen Bereichen ein Unternehmen sich verbessern sollte, und erlaubt gleichzeitig, Fehlentwicklungen frühzeitig zu korrigieren. Aus der Kennzahlen-Analyse lassen sich wiederum Unternehmens- oder Abteilungsziele ableiten.

Unternehmen, die konsequent auf Hospitality Controlling setzen

- kennen die wesentlichen Treiber ihres geschäftlichen Erfolges.
- verstehen den Zusammenhang zwischen Budgets und geschäftlichem Erfolg.
- treffen gezielt Massnahmen, um erfolgreich zu sein.
- sind sich bewusst, dass Finanzplanung die Kernaufgabe der finanziellen Führung ist.
- wissen, dass die Planung und Umsetzung von Investitionen eine gezielte Auseinandersetzung mit den Auswirkungen auf den Einsatz und die Verwendung von finanziellen Mitteln bedingt.

Leadership

1 Tage

Das eigene Verständnis der Führungsrolle und eine sorgfältige und ehrliche Selbstreflexion sind die Grundlage für Leadership. Führungskräfte in oftmals multikulturellen Dienstleistungsunternehmen entwickeln und pflegen eine gemeinsame Unternehmenskultur und legen so die Basis für ein Betriebsklima, in welchem gerne und vor allem gut gearbeitet wird.

Erfolgreiche Unternehmen werden durch Führungskräfte gesteuert,

- die bewusst agieren und gezielt reagieren.
- die sich bewusst sind, dass ihre eigene Persönlichkeit, ihr eigenes Verhalten und ihre eigenen Einstellungen einen wichtigen Einfluss auf die ihnen unterstellten Mitarbeitenden haben.
- die um die Wichtigkeit und den Einfluss einer präzisen, ehrlichen und ausgewogenen Kommunikation und einer hoch entwickelten Gesprächskultur wissen.
- die Mitarbeitende fördern, um sie zu motivieren und die auch mit schwierigen Mitarbeitenden umgehen können.
- die Mitarbeitende leistungsfähiger machen, indem sie ihnen vertrauen, Kontrolle aber auch als Chance zum Lob und als Voraussetzung für Entwicklung verstehen.