



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster de Agente de Desarrollo Turístico + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Máster de Agente de Desarrollo Turístico + Titulación Universitaria

duración total: 1.500 horas **horas teleformación:** 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En un sector dinámico como el turismo, la constante evolución de las tendencias de viaje y el crecimiento de la conciencia sostenible demandan profesionales altamente cualificados. El Master de Agente de Desarrollo Turístico está diseñado para formar expertos en la creación y promoción de productos y servicios turísticos innovadores que respondan a estas nuevas exigencias del mercado.

El curso abarca desde el análisis de destinos turísticos, pasando por la gestión de servicios de guía turístico, hasta la planificación estratégica de destinos respetuosos con el patrimonio cultural y natural. Facilitamos también herramientas para la gestión de unidades de información y el manejo del inglés profesional, esenciales en un entorno globalizado.

Este programa en línea posibilita a los estudiantes una formación integral para orientar y asistir a turistas con eficiencia y liderar procesos de cambio y mejora continua en la industria turística. Proporciona una visión actual y práctica, necesaria para destacar en el sector y contribuir al desarrollo turístico sostenible.

Optar por este Master significa no solo adquirir conocimientos actualizados acorde con las tendencias globales, sino también desarrollar habilidades analíticas y prácticas cruciales para triunfar en este campo. Prepárate para ser el agente de cambio que el turismo del futuro demanda.



a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Dominar gestión de guías turísticos.
- Conocer patrimonio cultural y natural.
- Mejorar asistencia turística completa.
- Gestionar información turística eficaz.
- Avanzar en inglés para turismo.
- Planificar destinos turísticos sostenibles.
- Analizar productos y servicios turísticos.

para qué te prepara

El curso de Master de Agente de Desarrollo Turístico te capacitará para diseñar y promocionar productos y servicios que enriquezcan la oferta de destinos turísticos. Aprenderás a proporcionar información turística de calidad, a gestionar eficazmente el servicio de guías turísticos, destacar la relevancia del patrimonio cultural y natural, y ofrecer asistencia personalizada a visitantes. Además, profundizarás en la gestión de unidades de información y distribución turística, mejorando tus habilidades en inglés profesional aplicado al turismo. Este programa te preparará para planificar destinos turísticos sostenibles y atractivos. Conviértete en un especialista en impulsar la transformación del turismo con visión global.

salidas laborales

Al graduarte del Master de Agente de Desarrollo Turístico, tendrás un amplio abanico de oportunidades laborales. Podrás desempeñarte como gestor de destinos turísticos, innovando en la planificación sostenible y promoción de regiones. Serás un guía turístico cualificado con conocimientos profundos en patrimonio cultural y natural, y tendrás las habilidades para administrar unidades de información turística. Además, tu dominio del inglés profesional abrirá puertas en mercados internacionales, permitiéndote colaborar con agencias y organismos de turismo a nivel global.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Inglés Profesional para Turismo'
- Manual teórico 'Productos, Servicios y Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Procesos de Gestión de Unidades de Información y Distribución Turística'
- Manual teórico 'Organización del Servicio de Información Turística Local'
- Manual teórico 'Información y Atención al Visitante'
- Manual teórico 'Gestión de la Información y Documentación Turística Local'
- Manual teórico 'Planificación de Destinos Turísticos'



profesorado y servicio de tutorías

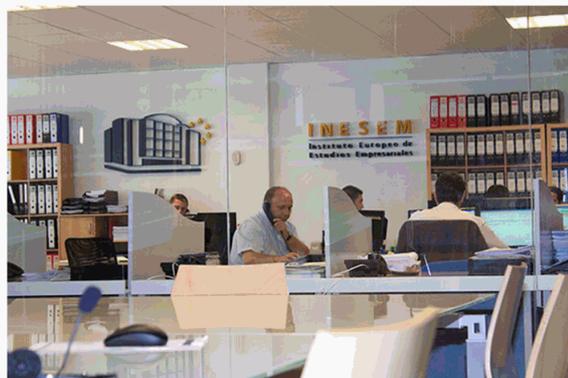
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "Guía del Alumno" entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO Y LA ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

1. Concepto de Turismo. Evolución del concepto de Turismo.
2. El sistema turístico. Partes o subsistemas.
3. La demanda turística. Tipos de demanda turística. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
4. La oferta turística. Componentes de la oferta turística.
5. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.
6. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.
7. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ALOJAMIENTO COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. La hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características.
2. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y touroperadores.
3. Principales proveedores de alojamiento.
4. Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. Cadenas hoteleras. Centrales de reservas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL TRANSPORTE COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Transporte por carretera
2. Vías de comunicación
3. Alquiler de automóviles
4. Servicios de autocares
5. Principales compañías
6. Transporte por ferrocarril
7. Tipos de trenes
8. Principales líneas de ferrocarriles
9. Emisión de billetes de transporte de ferrocarril
10. Principales compañías
11. Transporte acuático
12. Características
13. Puertos. Clasificación. Modalidades y servicios en los transportes marítimos
14. Características y clases de barcos
15. Principales compañías navieras
16. Los cruceros: compañías, rutas, tarifas
17. Transporte aéreo
18. Tipos y funciones de las compañías aéreas
19. Transporte aéreo comercial
20. Compañías aéreas regulares
21. Tipos de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OTROS ELEMENTOS Y COMPONENTES DE LOS VIAJES COMBINADOS, EXCURSIONES O TRASLADOS

1. El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contrastes. Normativa.
2. El alquiler de automóviles con y sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado fly-drive.
3. Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas.
4. Prestaciones. Reservas.
5. Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.

6.Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES

- 1.Turismo de sol y playa
- 2.El producto sol y playa
- 3.Análisis del turista de sol y playa
- 4.Las playas españolas
- 5.Costas peninsulares
- 6.Turismo de naturaleza y turismo activo
- 7.Ecoturismo. Turismo rural
- 8.Los parques nacionales y naturales
- 9.Actividades terrestres, acuáticas, aéreas, mixtas y de multiaventura
- 10.Productos turísticos unidos a deportes de aventura y a deportes tradicionales
- 11.Análisis de la demanda
- 12.Turismo cultural y religioso
- 13.Patrimonio cultural y religioso de España
- 14.Destinos e itinerarios del producto cultural y religioso. Imagen y comercialización
- 15.Análisis de la demanda
- 16.Turismo profesional
- 17.Turismo profesional en España
- 18.Principales destinos
- 19.Análisis de la demanda del turismo profesional
- 20.Turismo social y de salud
- 21.Turismo de salud y belleza: aguas termales y balnearios
- 22.Turismo social
- 23.Turismo de idiomas, temático y residencial
- 24.Análisis de la demanda del turismo social y de salud

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

- 1.Europa
- 2.Importancia y evolución del turismo en Europa
- 3.Las grandes ciudades europeas
- 4.Destinos de costa
- 5.Análisis de la demanda de turismo de Europa
- 6.África
- 7.Geografía, economía y sociedad
- 8.Principales destinos turísticos en África: desierto, safaris, islas y playas
- 9.Análisis de la demanda
- 10.América del Norte
- 11.Geografía, economía y sociedad
- 12.Ciudades de América del Norte.
- 13.Destinos de naturaleza
- 14.Análisis de la demanda
- 15.América Central y América del Sur
- 16.Geografía, economía y sociedad
- 17.Ciudades
- 18.Destinos naturales
- 19.Suramérica
- 20.Destinos culturales
- 21.Destinos arqueológicos
- 22.Turismo activo
- 23.Análisis de la demanda
- 24.Asia

25. Geografía, economía y sociedad
26. Oriente Próximo
27. Oriente Medio y Asia central
28. Asia meridional
29. Sudeste asiático
30. China y Extremo Oriente
31. Análisis de la demanda
32. Oceanía
33. Principales destinos turísticos en Oceanía: Australia, Nueva Zelanda e Islas del Pacífico
34. Pacífico
35. Destinos especiales
36. Análisis de la demanda

PARTE 2. INFORMACIÓN TURÍSTICA

MÓDULO 1. GESTIÓN DEL SERVICIO DE GUÍA TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Objetivos generales del servicio de información turística.
2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino.
3. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea.
4. Tipos de Servicios o Centros de Información Turística.
5. Comunicaciones internas de un Centro de Información Turística.
6. Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística.
7. Promoción de los servicios propios de un Centro de Información Turística.
8. Técnicas de difusión y marketing electrónico.
9. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico.
10. Redes de centros y servicios de información turística.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECURSOS MATERIALES EN SERVICIOS Y CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Tipos de instalaciones.
2. Organización del espacio (en función del tipo de instalación): Zonas de prestación del servicio, de Consulta, de Atención a la información, de Trabajo Interno, de Exposición, de Almacén...).
3. Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología y las nuevas técnicas de comunicación.
4. Equipamiento de las instalaciones.
5. Informatización de centros y servicios de información turística.
6. Centrales y sistemas automatizados de reservas.
7. Ubicación y accesos a los locales.
8. Señalización interna y externa.
9. Uniforme y equipamiento de los trabajadores.
10. Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECURSOS HUMANOS EN CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Perfiles y funciones del personal de un Servicio de Información Turística.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

1. Tipos de documentos necesarios en un Centro o Servicio de Información Turística.
2. Gestión de sugerencias, reclamaciones y quejas.
3. Control estadístico.
4. Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria.

MÓDULO 2. EL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN PARA GUÍAS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Tipos de información a obtener y procesar.

2. Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística.
3. Técnicas de registro, archivo y actualización de información turística.
4. Sistemas y medios para la localización y obtención de la información turística.
5. Metodologías para el análisis, contraste y archivo de la información.
6. Soportes de la información: papel, electrónico.
7. Sistemas de archivo: bancos y bases de datos.
8. Metodología para la actualización permanente: procedimientos y costes.
9. El centro de información turística como fuente de información del destino.
10. Intercambio de información entre centros y redes de información: retroalimentación.
11. Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino.
12. Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DEL ENTORNO LOCAL.

1. Análisis de los recursos y servicios del destino turístico.
2. Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio.
3. Medios interpretativos personales y no personales
4. Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución de la información:
5. Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios.
6. Integración e interrelación de información.

MÓDULO 3. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA.

1. Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
2. Técnicas de protocolo e imagen personal.
3. El informador como asesor de tiempo libre.
4. Tipologías de clientes.
5. Medios de respuesta.
6. Legislación en materia de protección al usuario.

PARTE 3. PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PLANIFICACIÓN EN LAS EMPRESAS Y ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

1. La planificación en el proceso de administración.
2. Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos.
3. Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.
4. Revisión periódica de los planes en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas empresas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIOS EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

1. La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.
2. Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas.
3. Definición de ciclo presupuestario.
4. Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRUCTURA FINANCIERA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS

1. Identificación y caracterización de fuentes de financiación.
2. Relación óptima entre recursos propios y ajenos.

3.Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes distribuidor turístico.

4.Aplicaciones informáticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EVALUACIÓN DE COSTES, PRODUCTIVIDAD Y ANÁLISIS ECONÓMICO PARA AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS

1.Estructura de la cuenta de resultados en las agencias de viajes y distribuidores turísticos.

2.Tipos y cálculo de costes empresariales específicos.

3.Aplicación de métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos y atenciones a client de servicios turísticos.

4.Cálculo y análisis de niveles de productividad y de puntos muertos de explotación o umbrales de rentabilidad, utilizando herramientas informáticas.

5.Identificación de parámetros establecidos para evaluar: Ratios y porcentajes.

6.Márgenes de beneficio y rentabilidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ORGANIZACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES, OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS Y ENTIDADES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1.Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de agencias de viajes y entidades de información turística.

2.Tipología y clasificación de estas entidades.

3.Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales.

4.Patronos básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución y entidades de información turísticas: ventajas e inconvenientes.

5.Estructuras y relaciones departamentales y externas características de estas entidades.

6.Diferenciación de los objetivos de cada departamento o unidad y distribución de funciones.

7.Circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras relaciones interdepartamentales.

8.Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FUNCIÓN DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

1.Definición y objetivos.

2.Relación con la función de organización.

3.Programas de formación para personal dependiente: análisis, comparación y propuestas razonadas.

4.Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA DIRECCIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

1.La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones.

2.Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones.

3.Solución de problemas y toma de decisiones.

4.La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones.

5.Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.

6.La motivación en el entorno laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

1.Tipos y comparación.

2.Programas a medida y oferta estándar del mercado.

3.Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas.

PARTE 4. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN INGLÉS DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

1.Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.

2. Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
3. Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
4. Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
5. Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
6. Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESTACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN INGLÉS.

1. Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística.
2. Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes.
3. Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio.
4. Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre.
5. Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan.
6. Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados.
7. Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN INGLÉS.

1. Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes.
2. Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales.
3. Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita.
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
6. Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas.

PARTE 5. PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO Y LA ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

1. Concepto de turismo
2. El sistema turístico. Partes o subsistemas
3. El mercado turístico
4. La demanda turística
5. Pautas para investigar la demanda viajera
6. La oferta turística. Componentes de la oferta turística
7. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias
8. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados
9. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados
10. Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES

1. Turismo de sol y playa
2. Turismo de naturaleza y turismo activo
3. Turismo cultural y religioso
4. Turismo profesional
5. Turismo social y de salud

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

1. Europa
2. África
3. América del Norte
4. América Central y América del Sur
5. Asia

6.Oceanía

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y CULTURAL

- 1.Diferenciación de conceptos generales y clasificación
- 2.Aspectos legales. Niveles de protección. El patrimonio de la humanidad. El papel de la UNESCO. Los bienes de interés cultural o BIC
- 3.Restauración y conservación. Enfoques y técnicas
- 4.Museología: diferenciación, clasificación y aspectos técnicos. Geografía descriptiva de los museos. Ámbito region y local

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL ÁMBITO DEL TURISMO

- 1.Organización de la calidad
- 2.Gestión por procesos en hostelería y turismo
- 3.Procesos de producción y servicio
- 4.Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
- 5.Gestión de los datos
- 6.Evaluación de resultados
- 7.Propuestas de mejora

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING TURÍSTICO Y PROMOCIÓN DE VENTAS

- 1.Concepto de Marketing
- 2.El "Marketing" de servicios. Especificidades
- 3.Segmentación del mercado
- 4.El "mercado objetivo"
- 5.El Marketing Mix
- 6.Elementos. Estrategias
- 7.Políticas y directrices de marketing
- 8.El Plan de Marketing
- 9.Marketing directo. Técnicas. Argumentarios
- 10.Planes de promoción de ventas
- 11.La promoción de ventas
- 12.Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales
- 13.Normativa legal sobre bases de datos personales
- 14.Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
- 15.Decisores y prescriptores
- 16.El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TENDENCIAS DEL MERCADO, CONSUMO RESPONSABLE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- 1.Evolución del concepto de turismo
- 2.La oferta turística
- 3.Situación actual y tendencias del mercado
- 4.Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española
- 5.Consumo y responsabilidad social empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

- 1.Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales
- 2.Fases del ciclo de vida de un producto turístico local
- 3.Un pequeño resumen de cómo realizar correctamente un proyecto de desarrollo turístico local

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

- 1.Concepto y características de un producto turístico sostenible
- 2.Análisis de técnicas para la identificación y catalogación de recursos turísticos
- 3.Gestión de las áreas naturales, herramientas, conceptos básicos y definiciones
- 4.Promoción del turismo a las áreas protegidas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TURISMO ALTERNATIVO

- 1.Descripción de turismo alternativo

2. Concepto y definición
3. Características del turismo alternativo
4. Clasificación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GENERACIÓN DE CADENAS DE VALOR PARA EL TURISMO SOSTENIBLE Y BUENAS PRÁCTICAS

1. Definición y generación de cadenas de valor
2. Pautas para generar cadenas de valor en el turismo sostenible
3. Establecimiento de buenas prácticas
4. Buenas prácticas en la instauración y funcionamiento de las instalaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ESTUDIO TÉCNICO DE DESTINOS TURÍSTICOS

1. Definición y concepto de estudio técnico
2. Objetivos generales y específicos
3. Partes que forman un estudio técnico

UNIDAD DIDÁCTICA 13. CREACIÓN Y GESTIÓN DE PRODUCTOS Y EMPRESAS ECOTURÍSTICAS

1. Definición, conceptos y productos de turismo
2. Situación, visión y gestión del ecoturismo
3. Creación y gestión de productos y empresas ecoturísticas
4. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad
5. Certificados de sostenibilidad y compromiso

UNIDAD DIDÁCTICA 14. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

1. El Medioambiente y sus procesos
2. Empresa y Medioambiente
3. Espacios Naturales Protegidos
4. Tipología de los visitantes y usuarios a los espacios naturales protegidos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

1. Declaraciones internacionales
2. Las políticas de turismo sostenible en la Unión Europea
3. Regulación del turismo sostenible