INESEM

BUSINESS SCHOOL

Agente de Desarrollo Turístico + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Agente de Desarrollo Turístico + Titulación Universitaria

duración total: 485 horas ***horas teleformación:*** 180 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Si tiene interés en el sector turístico y quiere conocer los aspectos fundamentales para desenvolverse de manera profesional en él, este es su momento, con el Curso de Agente de Desarrollo Turístico podrá adquirir los conocimientos necesarios para realizar esta función de la mejor manera posible. El entorno del turismo es un pilar fundamental en la economía de los países, es por ello que intentar optimizarlo y sacar el mayor partido de él ya que nos puede brindar muchas oportunidades de carácter cultural, económico, social etc. Podrá desempeñar la función del Agente de Desarrollo Turístico, que es aquel profesional que se encarga de investigar los recursos y las posibilidades turísticas de una zona y de diseñar y elaborar productos turísticos y/o planes de desarrollo turístico.

a quién va dirigido

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

objetivos

- Estudiar los diferentes tipos de agencias de viajes que hay en el mercado de la oferta turística global.
- Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente en establecimientos turísticos, a fin de satisfacer sus expectativas y materializar futuras estancias.
- Definir o realizar procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo, identificando las características de calidad más significativas.
- Evaluar los resultados de los datos obtenidos durante los procesos de control de productos o servicios del sector de hostelería y turismo, proponiendo actuaciones para la mejora continua.
- Aplicar técnicas para el tratamiento de las solicitudes de información turística, quejas y reclamaciones que habitualmente se producen en centros o servicios de información turística y su resolución más adecuada.
- Evaluar la potencialidad turística en un ámbito determinado que permita detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.
- Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal en el ámbito de la actividad turística, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información con otros profesionales de su ámbito.
- Interpretar, sin precisar un diccionario, documentos de complejidad media escritos en inglés, en el ámbito de la actividad turística, para obtener información, procesarla y llevar a cabo las acciones oportunas.

para qué te prepara

Este Curso de Agente de Desarrollo Turístico le prepara para conocer de manera amplia y precisa el sector del turismo y las diferentes técnicas y procesos para dedicarse de manera profesional a esta labor. Además podrá ejercer como Agente de Desarrollo Turístico, aprendiendo sobre la investigación del mercado turístico.

salidas laborales

Agencias de viajes / Centrales de reservas / Empresas relacionadas con el sector turístico / Hoteles / Entidades dedicadas a la distribución turística / Oficinas de Información Turística / Promotor Turístico

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 direccion General — Firma del alumno/a

MARIA MORENO HIDALGO — 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 'Organización del Servicio de Información Turística Local'
- Manual teórico 'Gestión de la Información y Documentación Turística Local'
- Manual teórico 'Turismo. Vol 1'
- Manual teórico 'Turismo. Vol 2'
- Manual teórico 'Planificación de Destinos Turísticos'

profesorado y servicio de tutorías

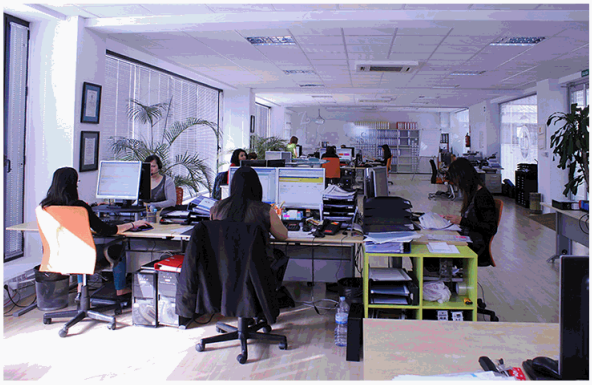
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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 inesem 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

+ Información Gratis

programa formativo

PARTE 1. TURISMO

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO: CONCEPTO, TIPOS Y LEGISLACIÓN GENERAL

1.Introducción
2.El concepto de turismo
3.Análisis de la composición del producto turístico en España
4.Principales destinos turísticos españoles y sus características
5.Destinos turísticos internacionales
6.Legislación General del Sector Turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO TURÍSTICO Y LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1.Producto y características del producto.
2.La oferta y la demanda del turismo en España.
3.La distribución turística.
4.Las centrales de reservas.
5.Los sistemas globales de distribución.
6.Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
7.Las motivaciones turísticas.
8.La distribución del turismo en Internet.

MÓDULO 2. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN APLICADA A LA HOSTELERÍA Y TURISMO

1.La comunicación óptima en la atención al cliente.
2.Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales
3.Resolución de problemas de comunicación
4.Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

1.Clasificación de clientes
2.La atención personalizada
3.El tratamiento de situaciones difíciles.
4.La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión
5.Europea.

MÓDULO 3. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA.

1.Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
    1.- Comunicación verbal.
    2.- Comunicación no verbal.
2.Técnicas de protocolo e imagen personal.
3.El informador como asesor de tiempo libre.
    1.- Personalización de la atención y acogida.
    2.- Adaptación de la información a los tiempos de estancia y consumo.
    3.- Adaptación de la información a las expectativas de viaje.
4.Tipologías de clientes:
    1.- Visitantes (turistas y excursionistas).
    2.- Clientes internos (oferta del destino y población local).
    3.- Gestión de tiempos de atención, gestión de colas y gestión de crisis.
5.Medios de respuesta:

+ Información Gratis

1.- Atención de solicitudes de información no presenciales: gestión de correo postal, e-mail y otras formulas derivadas de las tecnologías de la información.
2.- Atención telefónica.
3.- Gestión del sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones.
4.- Obtención de datos de interés para el servicio y estadísticas turísticas.
6.Legislación en materia de protección al usuario.

MÓDULO 4. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA CULTURA DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS Y/O ENTIDADES DE HOSTELERÍA Y TURISMO

1.El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico.
2.Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves.
3.Aspectos legales y normativos
4.El plan de turismo español Horizonte 2020

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ORGANIZACIÓN HOSTELERA Y TURÍSTICA

1.Organización de la calidad
2.Gestión por procesos en hostelería y turismo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

1.Procesos de producción y servicio
2.Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
3.Gestión de los datos
4.Evaluación de resultados

MÓDULO 5. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ORDENACIÓN TERRITORIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

1.Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas.
2.Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales.
3.Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos.
4.La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos Aplicaciones estadísticas.
5.Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia.
6.Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

1.Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales.
2.Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios.
3.Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos.
4.Fases del ciclo de vida de un producto turístico local.
5.Gestión de iniciativas turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.

1.Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales.
2.El desarrollo sostenible para planificadores locales.
3.La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales.
4.Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico.
5.La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos.
6.Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.

MÓDULO 6. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 12. 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 13. 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, entorn 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 c 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 14. 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 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 reclamacion 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 2. 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 tendenciasco
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

PARTE 3. 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 Au 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.

+ Información Gratis

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.

+ Información Gratis