



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes + Titulación Oficial de Amadeus + 8 Créditos ECTS

+ Información Gratis

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

Máster en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes + Titulación Oficial de Amadeus + 8 Créditos ECTS

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

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El sector de la intermediación turística crece a la par del propio sector turístico, en auge constante. Por lo que se antoja fundamental el conocimiento del mercado turístico y el funcionamiento de los agentes que lo componen. Como elemento clave de este mercado se encuentran las agencias de viajes. Por este motivo, INESEM te ofrece este master adecuado para conocer todos los detalles necesarios para la dirección y gestión de este tipo de negocio, haciendo especial concreción en el marketing turístico, la gestión de precios a través de revenue management, y la planificación y gestión económico-financiera y de laboral. Siendo también parte clave del contenido la planificación estratégica y el diseño de productos turísticos.



a quién va dirigido

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

objetivos

- Analizar el funcionamiento del mercado turístico y sus peculiaridades con respecto a otros mercados.
- Gestionar los aspectos económico-financieros de las agencias de viajes, además del apartado de gestión laboral.
- Conocer el comportamiento de la demanda turística y diseñar viajes combinados y productos turísticos al respecto.
- Estudiar la gestión de marketing desde un enfoque turístico y planificar una estrategia para el mercado.
- Estudiar el funcionamiento de la plataforma Amadeus y de las herramientas fundamentales en las agencias de viajes.
- Establecer políticas de precios y analizar la forma de proceder a través del revenue management.

para qué te prepara

El Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes te aporta conocimientos acerca del funcionamiento del mercado turístico y de todo el proceso que conlleva la creación, distribución e intermediación de productos turísticos, además de aportar conocimientos sobre los aspectos económicos, de calidad, laborales y de marketing para la gestión y dirección integral de las agencias de viajes.

salidas laborales

Las salidas profesionales que presenta el master van enfocadas de forma directa en los puestos de gerentes y coordinadores de agencias de viajes y de modelos de negocios relacionados con la intermediación turística. También se enfoca a técnicas de agencias de viajes y agentes de reservas en cualquiera de las modalidades del sector 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 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

- LICENCIA



profesorado y servicio de tutorías

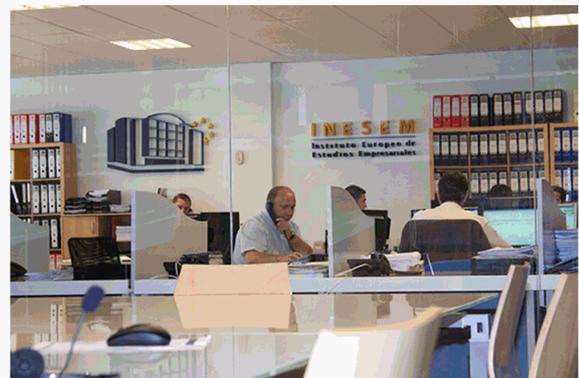
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado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

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL MERCADO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE TURISMO

- 1.Introducción al turismo
- 2.Conceptualización del turismo
- 3.Naturaleza del producto turístico de España
- 4.Distribución del flujo turístico en España
- 5.Distribución del flujo turístico internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELEMENTOS DEL MERCADO TURÍSTICO

- 1.¿Qué es el producto turístico?
- 2.Oferta y demanda turística en España
- 3.Proceso de distribución del producto turístico
- 4.Sistemas de distribución
- 5.Contexto de la empresa turística
- 6.Fuentes de regulación jurídica de la empresa turística

MÓDULO 2. LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS AGENCIAS DE VIAJES: CONCEPTUALIZACIÓN

- 1.Conceptualización de la Agencia de Viajes
- 2.Cometidos de la agencia de viajes: asesoramiento, mediación y producción
- 3.Tipos de agencias de viajes: mayoristas, minoristas y mayoristas-minoristas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRUCTURA DE LA AGENCIA DE VIAJES

- 1.Evolución de la agencia de viajes como organización
- 2.Estructura interna de la agencias de viajes
- 3.Órganos de dirección y gestión en la agencia de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO NORMATIVO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

- 1.Legislación Sectorial: Agencias de Viaje
- 2.Las Agencias de Viaje: Servicios Turísticos de Intermediación
- 3.Los contratos Turísticos
- 4.Régimen Jurídico del Empresario Turístico
- 5.Los usuarios de servicios turísticos o turistas
- 6.Derecho de los consumidores
- 7.La sanción administrativa Turística

MÓDULO 3. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LAS AGENCIA DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONCEPTO DE ESTRATEGIA EN LA AGENCIA DE VIAJES

- 1.Concepto y clasificación de la estrategia
- 2.Los niveles de la estrategia
- 3.El proceso de planificación estratégica
- 4.Teoría de Recursos y Capacidades
- 5.Implicaciones estratégicas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DE DIRECTIVAS ESTRATÉGICAS

- 1.Proceso de dirección estratégica
- 2.Diagnóstico estratégico externo
- 3.Diagnóstico estratégico interno
- 4.Estrategia competitiva
- 5.Valoración estratégica
- 6.Viabilidad estratégica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

- 1.El plan estratégico en la empresa

- 2.Niveles de planificación estratégica
- 3.Objetivos estratégicos
- 4.Características del plan estratégico
- 5.Tipos de planes estratégicos
- 6.Etapas en la planificación
- 7.Elementos del plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN DE OPERACIONES EN LA AGENCIA DE VIAJES

- 1.Organización de la operatividad diaria
- 2.Gestión operativa de las reservas: solicitud, confirmación, pago y anulaciones
- 3.Control y archivo del expediente de la reserva
- 4.Documentación del viaje: emisión y entrega al cliente
- 5.Caso práctico de aplicación

MÓDULO 4. COMPETENCIAS PARA LA DIRECCIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMPETENCIAS CLAVE EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

- 1.Concepto de competencia
- 2.Desarrollo de las competencias
- 3.Tipos de competencias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPETENCIAS DE EFICACIA PERSONAL

- 1.Tipos de competencias de eficacia personal
- 2.La proactividad como competencia de eficacia personal
- 3.El autogobierno como competencia de eficacia personal
- 4.La gestión personal como competencia de eficacia personal
- 5.El desarrollo personal como competencia de eficacia personal

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPETENCIAS DIRECTIVAS ESTRATÉGICAS

- 1.Análisis de competencia directiva estratégica
- 2.Desarrollo de competencias directivas estratégicas
- 3.El factor "resolución de problemas"
- 4.Planificación de recursos disponibles
- 5.La importancia de la competencia de orientación al cliente
- 6.Gestión de relaciones efectivas
- 7.Competencias negociadoras

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPETENCIAS DIRECTIVAS INTRATÉGICAS

- 1.Concepto de competencia directiva intratÉGica
- 2.Habilidades conversacionales y comunicación
- 3.La organización como base de las competencias intratÉGicas
- 4.La fundamentalidad de la empatía
- 5.Integración en capacidad de decisiones
- 6.Desarrollo profesional a través del coaching
- 7.Aspectos básicos del trabajo en equipo

MÓDULO 5. PROCESO INTEGRAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACERCAMIENTO A LA DEMANDA TURÍSTICA

- 1.Marco conceptual de la demanda turística
- 2.Naturaleza de la demanda turística
- 3.Estudio de mercado: la demanda viajera
- 4.Criterios de segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO TURÍSTICO EN RELACIÓN A LA DEMANDA

- 1.Contexto de la actividad turística
- 2.Fluctuación de la demanda turística
- 3.Proceso de la demanda turística

4. Naturaleza del Plan de Acción
5. Segmentación del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SOPORTES DE INFORMACIÓN PARA LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Introducción
2. Los soportes impresos
3. Los soportes mecanizados

MÓDULO 6. PROCESO INTEGRAL DE LAS OFERTAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA OFERTA TURÍSTICA Y EL MERCADO

1. Composición de la oferta turística
2. Diferentes ofertas turísticas
3. Desglose de la oferta turística
4. El binomio oferta-demanda
5. Otros servicios turísticos prestados en las Agencias de Viajes
6. Diseño de producto a la medida del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA VENTA DE PLAZAS HOTELERAS

1. Características propias de la hostelería
2. Hoteles y otros tipos de alojamientos
3. Proceso de reserva de alojamientos
4. Bases de datos en la venta de alojamientos
5. Tipos de reservas hoteleras
6. Tipos y regulación de las tarifas hoteleras
7. Funcionamiento de las cadenas hoteleras y centrales de reservas
8. Conflictos comunes en la intermediación hotelera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE VEHÍCULOS PARA TRANSPORTE POR CARRETERA

1. Definición y relación con compañías de transporte
2. Gestión y reserva de transporte regular por carretera
3. "Charteo" de vehículos por carretera
4. Gestión y reserva de vehículos de alquiler

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE PLAZAS EN TRANSPORTE AÉREO

1. Compañías aéreas y tipos de vuelos
2. Organismos reguladores del transporte aéreo y sus convenios
3. Tipos y desarrollo de las tarifas aéreas
4. Gestión y reserva de plazas aéreas
5. El billete aéreo y demás documentación exigida
6. Transporte aéreo con atenciones especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE PLAZAS EN TRANSPORTE FERROVIARIO

1. Renfe
2. Transporte regular y turístico nacional
3. Transporte regular y turístico europeo
4. Manuales de interpretación y guía de horarios
5. Tarifas por distancia, clase y tren
6. Gestiones con Renfe para la reserva y compra de billetes
7. Condiciones legales y modificaciones del billete de tren

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA VENTA DE TRANSPORTE ACUÁTICO

1. Transporte marítimo, fluvial y lacustre
2. Transporte marítimo regular y turístico
3. Guías necesarias en la reserva y gestión de horarios
4. Cálculo de tarifas marítimas

5.Gestión de la venta de servicios acuáticos y de línea regular

6.Tipos, composición, emisión, valoración y recorrido de los billetes de línea regular

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE PAQUETES TURÍSTICOS

1.Tipos de viajes combinados

2.Folleto publicitarios para la divulgación de la oferta

3.Gestiones necesarias en la reserva de viajes combinados

4.Diseño y programación de productos y servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS

1.Gestión y condiciones de los seguros de viaje

2.Contratación de guías, informadores y animadores turísticos

3.Gestión de otros servicios turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN EL TURISMO DE NEGOCIOS

1.Características de los viajes de negocios

2.Viajes comerciales individuales

3.Turismo de congresos y convenciones

4.Productos y servicios para empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. NUEVAS TENDENCIAS: VIAJES TURÍSTICOS SOSTENIBLES

1.Máximas del turismo sostenible

2.Impacto negativo del turismo en el entorno

3.Comercialización de productos turísticos sostenibles

4.Exigencias del diseño de destinos sostenibles

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA OFERTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA GRUPOS Y COLECTIVOS

1.Grupos y colectivos: el medio contra la estacionalidad

2.Captación de grupos

3.Cotización y gestión de reserva: operativa y asistencia

MÓDULO 7. MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1.Definición

2.Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes

3.Proceso de marketing y marketing management

4.Mercadotecnia y actividad turística

5.Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO

1.Concepto de mercado turístico

2.Investigación de mercado turístico

3.Características y políticas del mercado turístico

4.La base del producto turístico

5.Estudio del turista como consumidor

6.Decisión de compra del turista

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1.El plan de marketing

2.Aspectos básicos para su elaboración

3.División estructural del plan

4.Paso a paso de la elaboración del plan

5.El plan de marketing y la promoción en agencias de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1.El producto turístico

2.Política de precios

3.Distribución del producto turístico

4.Comunicación en turismo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MARKETING DIGITAL

- 1.Concepto de Marketing Digital
- 2.Funciones y objetivos del Marketing Digital
- 3.Ventajas del Marketing Digital
- 4.Características de Internet como medio del Marketing Digital
- 5.Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
- 6.Estrategia de marketing digital
- 7.La agencia de viajes on-line

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

- 1.Marketing del producto turístico
- 2.Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
- 3.Distribución del producto
- 4.Imagen y publicidad
- 5.Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

- 1.Definición y conceptos básicos
- 2.Dirección de comunicación
- 3.Plan estratégico de comunicación
- 4.La comunicación de destinos turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE VENTA

- 1.Introducción
- 2.Teoría de las ventas
- 3.Tipos de ventas
- 4.Técnicas de ventas
- 5.La venta y su desarrollo El contacto con el cliente

MÓDULO 8. REVENUE MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

- 1.Concepto y tipología del entorno
- 2.Análisis del entorno general PEST/EL
- 3.Análisis del entorno específico
- 4.Análisis de PORTER
- 5.Grado de rivalidad existente entre los competidores
- 6.Amenaza de entrada de nuevos competidores
- 7.Amenaza de productos sustitutivos
- 8.Poder de negociación de los clientes
- 9.Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?

- 1.El concepto de revenue management
- 2.El revenue manager en el organigrama de la empresa
- 3.Los ratios
- 4.Interpretación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT

- 1.Planteamiento estratégico
- 2.Análisis y gestión del valor de los clientes
- 3.El calendario de demanda
- 4.Plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTRICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN REVENUE MANAGEMENT

- 1.Medición de la eficacia del revenue management
- 2.Gestión de costes y precio
- 3.Criterios de distribución de costes

- 4.El pricing: fijación estratégica de precios
- 5.Aplicaciones informáticas del Revenue Management

MÓDULO 9. ADMINISTRACIÓN LABORAL Y FINANCIERA DE LA AGENCIA DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

- 1.Introducción
- 2.Concepto de planificación de Recursos Humanos
- 3.Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
- 4.Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
- 5.Modelos de planificación de los Recursos Humanos
- 6.El caso especial de las Pymes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA RELACIÓN LABORAL

- 1.El contrato de trabajo
- 2.Las empresas de trabajo temporal (ETT)
- 3.Tiempo de trabajo
- 4.Contratos indefinidos
- 5.Contratos formativos
- 6.Contratos de duración determinada
- 7.El Salario

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN FINANCIERA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

- 1.Identificación de las fuentes de ingresos
- 2.Gestión y control de los costes de la Agencia de Viajes
- 3.Presupuestos y Cuenta de Resultados
- 4.Control y seguimiento de cobros y pagos
- 5.Programas informáticos en la gestión de una Agencia de Viajes

MÓDULO 10. LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD APLICADA A LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

- 1.¿Qué es la calidad?
- 2.Progreso hacia la Calidad Total
- 3.Gestión de las agencias de viajes a través de la Calidad Total
- 4.Exigencias para el cumplimiento de la calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS, PLANIFICACION Y GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EMPRESAS TURISTICAS

- 1.Aseguramiento de la calidad a través de las políticas de empresa
- 2.Sistemas de calidad y su planificación
- 3.Sistemas de calidad y su gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODELOS Y HERRAMIENTAS EN EL PROCESO DE CALIDAD

- 1.Principales beneficios en la gestión de la calidad
- 2.Nuevas tendencias en la gestión por procesos para la calidad
- 3.Principales herramientas utilizadas en los sistemas de calidad
- 4.Principios a modificar en la gestión tradicional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CALIDAD EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN AGENCIAS DE VIAJES

- 1.Introducción La Calidad del Servicio y Atención al Cliente
- 2.El Cliente
- 3.Tipos de cliente
- 4.Servicio post-venta y seguimiento al cliente

MÓDULO 11. LOPD EN AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTECCIÓN DE DATOS: CONTEXTO NORMATIVO

- 1.Normativa General de Protección de Datos
- 2.Privacidad y protección de datos en el panorama internacional

- 3.La Protección de Datos en Europa
- 4.La Protección de Datos en España
- 5.Estándares y buenas prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REGLAMENTO EUROPEO DE PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD). FUNDAMENTOS

- 1.El Reglamento UE 2016/679
- 2.Ámbito de aplicación del RGPD
- 3.Definiciones
- 4.Sujetos obligados
- 5.Ejercicio Resuelto Ámbito de Aplicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NORMATIVAS SECTORIALES AFECTADAS POR LA PROTECCIÓN DE DATOS

- 1.Normativas sectoriales sobre Protección de Datos
- 2.Sanitaria, Farmacéutica, Investigación
- 3.Protección de los menores
- 4.Solvencia Patrimonial
- 5.Telecomunicaciones
- 6.Videovigilancia
- 7.Seguros, Publicidad y otros

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRINCIPIOS DE LA PROTECCIÓN DE DATOS

- 1.El binomio derecho/deber en la protección de datos
- 2.Licitud del tratamiento de los datos
- 3.Lealtad y transparencia
- 4.Finalidad del tratamiento de los datos: la limitación
- 5.Minimización de datos
- 6.Exactitud y Conservación de los datos personales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LEGITIMACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS PERSONALES EN EL RGPD

- 1.El consentimiento del interesado en la protección de datos personales
- 2.El consentimiento: otorgamiento y revocación
- 3.El consentimiento informado: finalidad, transparencia, conservación, información y deber de comunicación al interesado
- 4.Eliminación del Consentimiento tácito en el RGPD
- 5.Consentimiento de los niños
- 6.Categorías especiales de datos
- 7.Datos relativos a infracciones y condenas penales
- 8.Tratamiento que no requiere identificación
- 9.Bases jurídicas distintas del consentimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHOS DE LOS CIUDADANOS EN LA PROTECCIÓN DE SUS DATOS PERSONALES

- 1.Derechos de las personas respecto a sus Datos Personales
- 2.Transparencia e Información
- 3.Acceso, Rectificación, Supresión (Olvido)
- 4.Oposición
- 5.Decisiones individuales automatizadas
- 6.Portabilidad de los Datos
- 7.Limitación del tratamiento
- 8.Excepciones a los derechos
- 9.Casos específicos
- 10.Ejercicio resuelto Ejercicio de Derechos por los Ciudadanos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL: MEDIDAS DE CUMPLIMIENTO EN EL RGPD

- 1.Las políticas de Protección de Datos
- 2.Posición jurídica de los intervinientes Responsables, corresponsables, Encargados, subencargado del Tratamiento sus representantes Relaciones entre ellos y formalización

3.El Registro de Actividades de Tratamiento: identificación y clasificación del tratamiento de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA RESPONSABILIDAD PROACTIVA

- 1.El Principio de Responsabilidad Proactiva
- 2.Privacidad desde el Diseño y por Defecto Principios fundamentales
- 3.Evaluación de Impacto relativa a la Protección de Datos (EIPD) y consulta previa Los Tratamientos de Alto Riesgo
- 4.Seguridad de los datos personales Seguridad técnica y organizativa
- 5.Las Violaciones de la Seguridad Notificación de Violaciones de Seguridad
- 6.El Delegado de Protección de Datos (DPD) Marco normativo
- 7.Códigos de conducta y certificaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL DELEGADO DE PROTECCIÓN DE DATOS (DPD, DPO O DATA PRIVACY OFFICER)

- 1.El Delegado de Protección de Datos (DPD)
- 2.Designación Proceso de toma de decisión Formalidades en el nombramiento, renovación y cese Análisis de conflicto de intereses
- 3.Ejercicio de funciones: Obligaciones y responsabilidades Independencia Identificación y reporte a dirección
- 4.El DPD en el desarrollo de Sistemas de Información
- 5.Procedimientos Colaboración, autorizaciones previas, relación con los interesados y gestión de reclamaciones
- 6.Comunicación con la Autoridad de Protección de Datos
- 7.Competencia profesional Negociación Comunicación Presupuestos
- 8.Capacitación y Desempeño del DPO: Formación, Habilidades personales, Trabajo en equipo, Liderazgo, Gestión equipos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EVALUACIÓN DE IMPACTO DE PROTECCIÓN DE DATOS “EIPD”

- 1.Introducción y fundamentos de las EIPD: Origen, concepto y características de las EIPD Alcance y necesidad Estándares
- 2.Realización de una Evaluación de Impacto Aspectos preparatorios y organizativos, análisis de la necesidad de llevar a cabo la evaluación y consultas previas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA AUDITORÍA DE PROTECCIÓN DE DATOS

- 1.La Auditoría de Protección de Datos
- 2.El Proceso de Auditoría Cuestiones generales y aproximación a la Auditoría Características básicas de la Auditoría
- 3.Elaboración del Informe de Auditoría Aspectos básicos e importancia del Informe de Auditoría
- 4.Ejecución y seguimiento de Acciones Correctoras

UNIDAD DIDÁCTICA 12. AUDITORÍA DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

- 1.La función de la Auditoría en los Sistemas de Información Conceptos básicos Estándares y Directrices de Auditoría de SI
- 2.Control interno y mejora continua Buenas prácticas Integración de la auditoría de protección de datos en la auditoría de SI
- 3.Planificación, ejecución y seguimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA GESTIÓN DE LA SEGURIDAD DE LOS TRATAMIENTOS

- 1.Esquema Nacional de Seguridad, ISO/IEC : (Actualización a la norma UNE-EN ISO/IEC : Requisitos de sistemas Gestión de Seguridad de la Información, SGSI)
- 2.Gestión de la Seguridad de los Activos Seguridad lógica y en los procedimientos Seguridad aplicada a las TI y a la documentación
- 3.Recuperación de desastres y continuidad del Negocio Protección de activos técnicos y documentales Planificación gestión de la Recuperación de Desastres

ANEXOS DOCUMENTOS DE SEGURIDAD

- 1.Anexo I: Plantilla de análisis de la necesidad de la realización de una EIPD
- 2.Anexo II: Plantilla de descripción de las actividades de tratamiento
- 3.Anexo III: Plantilla para documentar el análisis básico de riesgos
- 4.Anexo IV: Plantilla de registro de actividades de tratamiento (Responsable de tratamiento)
- 5.Anexo V: Plantilla de registro de actividades de tratamiento (Encargado de tratamiento)

MÓDULO 12. AMADEUS: RESERVAS AÉREAS, TARIFAS, EMISIONES,

COCHES Y HOTELES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. RESERVAS AÉREAS

1. Acceso al sistema
2. Codificación de ciudades, compañías aéreas y países
3. Consulta de vuelos
4. Elementos obligatorios de la reserva
5. Elementos opcionales de la reserva
6. Recuperación de reservas
7. Modificación de reservas
8. Pasajeros frecuentes
9. El sistema de colas
10. Ejercicio global

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TARIFAS Y EMISIÓN DE BILLETES

1. Tarifas aéreas
2. Emisión de billetes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REEMISIONES Y REEMBOLSOS

1. Remisiones
2. Reembolso

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COCHES

1. coches: acceso al sistema y perfil de agencia
2. Búsqueda de coches
3. Disponibilidad de coches
4. Reserva de coche
5. Coches: modificación y cancelación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HOTELES

1. Hoteles: acceso al sistema y perfil de agencia
2. Búsqueda de hoteles
3. Disponibilidad de hoteles
4. Reserva de habitación de hotel
5. Hoteles: recuperación y cancelación.

MÓDULO 13. PROYECTO FIN DE MÁSTER