



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos

+ Información Gratis

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

Máster en *Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos*

duración total: 1.500 horas

horas teleformación: 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El desarrollo sostenible es el modelo del siglo XXI. Cuenta con la necesidad de la planificación y gestión turística, siendo estas las herramientas fundamentales para la generación, el desarrollo y el posicionamiento de destinos turísticos a nivel tanto nacional como internacional. Por ese motivo, este máster aporta los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para desenvolverte profesionalmente en el sector del turismo sostenible, al adquirir la formación necesaria para liderar el cambio hacia una gestión sostenible y estructurada de la actividad turística, tanto en la administración pública como en el sector privado.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

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

objetivos

- Adquirir los conocimientos necesarios para entender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales.
- Identificar, diseñar e implementar estrategias de gestión y promoción de destinos turísticos según los principios de sostenibilidad económica, social y ambiental.
- Aplicar las herramientas e instrumentos necesarios para la gestión y planificación de destinos turísticos.
- Elaborar planes y acciones estratégicas de marketing de destinos y productos turísticos.

para qué te prepara

El Máster en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos tiene como principal objetivo formar a profesionales que contribuyan y mejoren la gestión del turismo, así como satisfacer las necesidades que actualmente encontramos en la actividad turística, siempre desde una perspectiva internacional, integradora e interdisciplinaria.

salidas laborales

Las personas con esta formación adquirirán los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para desarrollar su carrera profesional tanto en el sector público como en organizaciones privadas. Dentro de estos ámbitos, las principales salidas son:

- Planificación y gestión pública de destinos: técnico de gestión de administraciones públicas, responsable de programa de plan de dinamización, dirección de campaña de promoción de destino, responsable de centro de iniciativas turísticas, responsable de oficina de turismo, agente de desarrollo local.
- Productos y actividades turísticas: técnico asesor de gestión del patrimonio natural y cultural, responsable de promoción y comercialización, gestor de nuevos productos.
- Formación, investigación y consultoría: consultoría turística.

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 'Introducción al Turismo y la Sostenibilidad'
- Manual teórico 'Investigación de Mercados Turísticos'
- Manual teórico 'Planificación Estratégica de Productos y Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Gestión Sostenible Aplicada a Empresas Hosteleras'
- Manual teórico 'Gestión de la Calidad en Hostelería y Turismo'
- Manual teórico 'Desarrollo Turístico Local y Gestión Sostenible del Turismo'
- Manual teórico 'Diseño de Productos Turísticos'
- Manual teórico 'Promoción y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Locales'



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 TURISMO Y LA SOSTENIBILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO Y LA HOSTELERÍA

- 1.Historia y evolución del Turismo
- 2.Concepto y definiciones
- 3.Análisis de la composición del producto turístico de España
- 4.Principales destinos turísticos españoles y sus características
- 5.Destinos turísticos internacionales
- 6.El mundo de la hostelería

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TURISMO SOSTENIBLE

- 1.Concepto de sostenibilidad
- 2.Concepto de turismo sostenible
- 3.Características del turismo sostenible
- 4.Turismo y medio ambiente
- 5.Turismo y educación ambiental

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

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

MÓDULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

- 1.Introducción
- 2.Las fases de la investigación de mercado
- 3.Los indicadores turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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.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 3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

1. Los componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

1. Estudios de mercado
2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4. Segmentación de los mercados
5. Tipos de mercado
6. Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING TURÍSTICO

1. Concepto de Marketing
2. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de turismo
3. Marketing directo
4. El merchandising
5. Marketing operacional y marketing mix en el sector de turismo
6. Marketing vivencial, sensorial o experiencial
7. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo
8. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final
9. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales
10. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas

MÓDULO 3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NATURALEZA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

1. Conceptualización de la empresa turística
2. Estructura interna de la empresa
3. El empresario turístico
4. Contexto de la empresa turística
5. Tipos de empresas turísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONCEPTO DE ESTRATEGIA EN LA EMPRESA TURÍSTICA

1. Concepto de estrategia
2. Actitud estratégica
3. Pensamiento estratégico
4. La empresa como conjunto de recursos y capacidades
5. Implicaciones estratégicas de la teoría de los recursos y capacidades

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Descripción del negocio
2. Organización y recursos humanos
3. Organización y departamentos
4. Estudio de mercado
5. Plan de marketing
6. Plan de producción
7. Plan financiero

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APROXIMACIÓN A LOS RECURSOS TURÍSTICOS

- 1.Ocio y tiempo libre como recursos
- 2.Los recursos locales y regionales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGULACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

- 1.Contexto de la empresa turística
- 2.Fuentes de regulación jurídica de la empresa turística

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GOBERNANZA TURÍSTICA DEL DESTINO

- 1.Competitividad, sostenibilidad y gobernanza
- 2.Gobernanza turística y redes de actores
- 3.Retos y dificultades

UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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

MÓDULO 4. DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1.EL TURISMO Y EL DESTINO TURÍSTICO

- 1.El turismo
- 2.Productos turísticos
- 3.Destinos turísticos

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.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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DESTINOS TURÍSTICOS CULTURALES

- 1.Cultura y turismo: conformación de destinos
- 2.Ciudades históricas como espacios patrimoniales
- 3.Complejidad de las aglomeraciones urbanas como atractivo complementario
- 4.La cultura rural como atractivo turístico

MÓDULO 5. DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL DESARROLLO LOCAL

1. Aproximación histórica y evolución reciente
2. Concepto de desarrollo local
3. Características del desarrollo local
4. Claves para la concepción estratégica del desarrollo local
5. Objetivos del desarrollo local
6. Modelos del desarrollo local
7. El valor añadido del desarrollo local
8. Campos de trabajo del desarrollo local
9. La globalización como cambio en el desarrollo local

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

1. Características del plan de desarrollo turístico
2. Fases de un plan de desarrollo turístico
3. El proyecto de desarrollo turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS CLUSTERS TURÍSTICOS

1. Concepto de clúster
2. Descripción de clústers turísticos

MÓDULO 6. GESTIÓN SOSTENIBLE DEL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL TURISMO SOSTENIBLE?

1. Introducción
2. Conceptos básicos
3. ¿Cuándo y por qué surge el ecoturismo?
4. Repercusión internacional
5. Actividad turística
6. Educación Ecoturismo
7. Casos prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPACTO AMBIENTAL DEL TURISMO

1. Impactos ambientales en el litoral
2. Impactos ambientales en áreas de montaña
3. Impactos del turismo en áreas protegidas
4. Evaluación del impacto ambiental de las actividades turísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA SOSTENIBLE

1. Introducción
2. Promoción de los paquetes turísticos a la oferta
3. Venta de viajes programados
4. Elaboración y programación de un paquete turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INNOVACIONES DE BAJO COSTE COMO MECANISMO INDUCTOR DEL TURISMO

1. Concepto de innovación y sistemas de innovación
2. Relación entre el concepto de innovación y los sistemas de innovación
3. La innovación en el sector turístico

MÓDULO 7. GESTIÓN SOSTENIBLE APLICADA A EMPRESAS HOSTELERAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS HOTELES EN EL TURISMO SOSTENIBLE

1. La hotelería en el sistema turístico
2. Actuaciones hoteleras dirigidas a un turismo sostenible

3.Percepción de las distintas dimensiones del turismo sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INCIDENCIA AMBIENTAL DE LA ACTIVIDAD HOTELERA

1.Agentes y factores de impacto

2.Tratamiento de residuos: Manejo de residuos y desperdicios Tipos de residuos generados Residuos sólidos y envases Emisiones a la atmósfera Vertidos Líquidos

3.Normativa aplicable sobre protección ambiental

4.Otras técnicas de prevención o protección

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN SOSTENIBLE EN LOS HOTELES

1.Instrumentos aplicados en la gestión sostenible

2.Implantación de la gestión sostenible

3.Gestión del cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DEL AGUA Y DE LA ENERGÍA EN HOTELES

1.Consumo de agua Buenas prácticas ambientales en el uso eficiente del agua

2.Consumo de energía Ahorro y alternativas energéticas Buenas prácticas ambientales en el uso eficiente de la energía

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CALIDAD HOTELERA EN EL TURISMO SOSTENIBLE

1.Destinos turísticos

2.La calidad de los destinos turísticos

3.La calidad de los servicios turísticos

4.Influencia de la calidad en la competitividad turística

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

1.Compras y aprovisionamiento

2.Elaboración y servicio de alimentos y bebidas

3.Limpieza, lavandería y lencería

4.Recepción y administración

5.Mantenimiento

MÓDULO 8. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE UNA ZONA Y SU VIABILIDAD

1.Introducción al análisis Diversificación, planificación y sostenibilidad

2.Evolución y análisis de la situación actual

3.El entorno y sus recursos turísticos

4.Técnicas de Evaluación

5.Valoración de los Recursos

6.Normas de protección del medio ambiente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

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 3. PUESTA EN MARCHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1.Estrategias y canales de distribución

2.Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios

3.Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos

4.Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas

5.Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto

6.Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DINAMIZACIÓN DE RECURSOS TERRITORIALES

- 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

MÓDULO 9. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO

- 1.Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo
- 2.Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo
- 3.Marketing vivencial, sensorial o experiencial
- 4.El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo
- 5.Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final
- 6.Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales
- 7.Plan de marketing Viabilidad y plan de ejecución
- 8.Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

- 1.Estrategias y canales de distribución
- 2.Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios
- 3.Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos
- 4.Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas
- 5.Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVUCIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

- 1.Elementos para una teoría de la servicio Justificación e importancia de su uso
- 2.Peculiaridades de la aplicación del sistema de servicio para la creación y desarrollo de productos turísticos locales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL

- 1.Webs y portales turísticos Tipologías y funcionalidades
- 2.Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red Buscadores
- 3.Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico
- 4.Coste y rentabilidad de la distribución turística online

MÓDULO 10. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. 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 3. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTOS DE TURISMO ESPECIALIZADO CON ÉNFASIS EN ECOTURISMO

1. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los productos turísticos
2. Calidad del servicio turístico
3. Certificados de turismo sostenible
4. Buenas prácticas ambientales
5. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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

MÓDULO 11. PROYECTO FINAL DE MÁSTER