



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Máster en Revenue Management y Dirección de Hoteles + 8 Créditos ECTS***

+ Información Gratis

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

# Máster en Revenue Management y Dirección de Hoteles + 8 Créditos ECTS

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

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

Al finalizar el Máster en Revenue Management y Dirección de Hoteles los alumnos estarán capacitados para dirigir y rentabilizar al máximo un establecimiento hotelero usando las técnicas más innovadoras. Serán capaces de aplicar diferentes estrategias de precios, conocer las peculiaridades del entorno donde se encuadren y, en general, dirigirse al mercado con un fundamento amplio sobre técnicas de marketing, branding, CRM y atención al cliente. Además, la visión generalista que muestra el contenido y la implicación de calidad con la nueva normativa ISO, dotarán al alumno de capacidades transversales acorde con la alta exigencia del sector turístico.



## *a quién va dirigido*

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

## *objetivos*

Como objetivo general podemos establecer el proporcionar a los alumnos los conocimientos necesarios para la organización, gestión y dirección de establecimientos hoteleros.

A nivel más específico, se pretende:

- Desarrollar las competencias directivas más valoradas en el sector turístico.
- Aprender a analizar a su competencia y elaborar estrategias en base a sus movimientos.
- Conocer el entorno donde se encuadra la organización y aprovechar las oportunidades que ofrece.
- Asumir el liderazgo de la organización usando las herramientas más innovadoras.
- Desarrollar una imagen de marca y construir la personalidad del establecimiento hotelero.
- Aplicar estrategias de precios a los diferentes productos.

## *para qué te prepara*

El presente Master dota al alumnado de la capacidad para dirigir un establecimiento hotelero desde una perspectiva estratégica y una visión innovadora de todo el segmento competitivo donde se encuadre dicho establecimiento. Aporta una visión generalista sobre las nuevas tendencias en dirección, aplicación de precios, marketing, atención al cliente y gestión de marca del negocio turístico. El alumno aprenderá a aplicar con una metodología eminentemente práctica las principales pautas para obtener el mayor rendimiento de un hotel o establecimiento de similares características.

## *salidas laborales*

Área de dirección del sector hotelero, responsable de marketing y de estrategia, técnico de publicidad, responsable de atención al cliente y coordinador de departamentos de empresas 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*

- Manual teórico 'Gestión y Auditoría en Protección de Datos: Consultor LOPD'
- Manual teórico 'Branding y Gestión de Marca'
- Manual teórico 'Customer Relationship Management'
- Manual teórico 'Gestión Operativa, Económica y Financiera en la Empresa Hotelera. Elementos Clave de la
- Manual teórico 'Gestión Medioambiental, RSC y Normativa de PRL en la Empresa Turística'
- Manual teórico 'Gestión de Calidad en Hoteles'
- Manual teórico 'Revenue Management'
- Manual teórico 'Recursos Humanos en el Sector Hotelero'
- Manual teórico 'Marketing en Empresas Turísticas'





## profesorado y servicio de tutorías

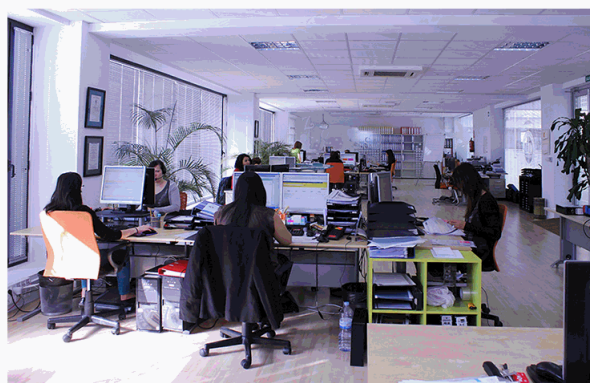
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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. GESTIÓN OPERATIVA, ECONÓMICA Y FINANCIERA EN LA EMPRESA HOTELERA. ELEMENTOS CLAVE DE LA INDUSTRIA DEL HOSPITALITY**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO**

- 1.Aspectos históricos del turismo
- 2.Definición de turismo y Organización Mundial del Turismo (OMT)
- 3.El mercado turístico español
- 4.Destino y productos turísticos principales en España
- 5.Destino y productos turísticos principales a nivel internacional
- 6.Terminología clave del sector hotelero

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISTRIBUCIÓN Y VENTA DEL SERVICIO TURÍSTICO**

- 1.El producto turístico
- 2.Ley de oferta y demanda del producto turístico en España
- 3.Canales de distribución turística
- 4.Estructura y funcionamiento de las centrales de reservas turísticas
- 5.GDS
- 6.La modernización del mercado turístico
- 7.Las motivaciones esenciales del mercado turístico
- 8.El papel de Internet en la distribución turística

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERMEDIACIÓN DE TERCEROS EN EL SECTOR HOTELERO**

- 1.Agencias de viajes y sector hotelero
- 2.Bases de datos de alojamientos hoteleros
- 3.Tipos de reservas
- 4.Tipos de tarifas
- 5.Funcionalidad de las centrales de reserva y cadenas de hoteles
- 6.El papel de los tour operadores en el sector hotelero

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS JURÍDICOS DEL SECTOR HOTELERO**

- 1.Regulación del turismo en España
- 2.Legislación específica para establecimientos hoteleros
- 3.Aspectos legales sobre las políticas de precios

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y MOSTRADOR**

- 1.Funciones en el mostrador
- 2.La plantilla de la recepción Distribución de horarios
- 3.Relaciones Interdepartamentales
- 4.El Rack de Habitaciones
- 5.El ciclo del cliente
- 6.El chek in
- 7.Protocolos de administración de control y gestión
- 8.La gestión de grupos
- 9.El libro de Recepción
- 10.El chek out

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. RELACIONES INTERDEPARTAMENTALES DEL HOTEL**

- 1.Introducción
- 2.Departamento de Pisos o Housekeeping
- 3.Departamento de Alimentación y Bebidas
- 4.Departamento de Mantenimiento y Servicio Técnico
- 5.Dirección del Hotel

6. Departamento Comercial

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN MICE**

1. El mercado de eventos, reuniones y banquetes
2. El mercado de reuniones: protocolo oficial y empresarial
3. El protocolo oficial
4. La simbología en los actos protocolarios, banderas e indumentarias

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN ADMINISTRATIVO-FINANCIERA DEL ESTABLECIMIENTO HOTELERO I**

1. Los Documentos comerciales y administrativos
2. Documentos justificativos de las operaciones de compra-venta
3. Operaciones básicas de cobro y pago
4. Descripción de medios de pago
5. Modelos de documentación de cobro y pago, convencionales o telemáticos
6. Cumplimiento de libros de caja y bancos
7. Impresos correspondientes a los servicios bancarios básicos
8. Gestión de tesorería: Banca online
9. Aplicaciones informáticas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN ADMINISTRATIVO-FINANCIERA DEL ESTABLECIMIENTO HOTELERO II**

1. La gestión de costes y gastos
2. Los presupuestos Planificación y control
3. Patrimonio Análisis económico financiero
4. Las inversiones en empresas hoteleras y el estudio de riesgos
5. Fuentes de financiación en la empresa hotelera

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. LOS FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DEL SECTOR TURÍSTICO**

1. ¿Qué es la comunicación?
2. Claves del proceso comunicativo
3. Comunicación interpersonal, grupal y de masas
4. Aspectos a superar en la comunicación
5. Comunicación escrita, verbal y no verbal
6. Claves fundamentales para la conversación
7. Desarrollo de una escucha activa
8. Hacia la empatización en la atención al cliente
9. El método de la reformulación: Paráfrasis
10. Aplicación de la aceptación incondicional
11. La personalización
12. Tipos de confrontaciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. GESTIÓN DE LLAMADAS EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN**

1. Tareas básicas del recepcionista
2. Atención a las visitas
3. Instrucciones para el proceso de atención telefónica
4. Claves para la emisión de información
5. Pautas para las entrevistas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROPERTY MANAGEMENT SYSTEM O SISTEMAS DE GESTIÓN HOTELERA**

1. Definición
2. Funcionalidades
3. PMS más utilizados: Sihot, Opera, Sirrah, Millenium, Protel, Amadeus, Prestige...
4. Otros PMS

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. DISEÑO, SOSTENIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD DE HOTELES**

1. Conceptos generales del diseño
2. Introducción al diseño de espacios
3. Fases del proceso de trabajo

- 4.Soluciones domóticas aplicadas a establecimientos hoteleros
- 5.Sostenibilidad para edificios: certificaciones LEED-BREEM-PASSIVHAUS
- 6.Accesibilidad Universal

## **MÓDULO 2. RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR HOTELERO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN**

- 1.La importancia de RRHH en el sector hotelero
- 2.Empleo en el sector hotelero
- 3.Relaciones entre Recursos Humanos y la mejora de la calidad del sector hotelero
- 4.Diversidad de actores en el sector hotelero

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INNOVACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN**

- 1.Adaptación de la organización a través del talento y la innovación
- 2.Los ingredientes de la innovación
- 3.Gestión de la innovación
- 4.Requisitos para la innovación
- 5.Caso de estudio voluntario: La innovación según Steve Jobs
- 6.Caso Helvex: el cambio continuo

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. NUEVOS RETOS DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS**

- 1.Wellbeing: el bienestar en el trabajo
- 2.El clima laboral y productividad 2.0
- 3.El empowerment o empoderamiento
- 4.De la ética empresarial a la responsabilidad social corporativa
- 5.La consultoría de Recursos Humanos
- 6.El responsable de Recursos Humanos como arquitecto de la estrategia

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH**

- 1.Conceptualización
- 2.Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
- 3.La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
- 4.Modelos de gestión estratégica de RRHH
- 5.Proceso de RRHH
- 6.Barreras a la RRHH

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. MOTIVACIÓN Y GESTIÓN DE LA RETRIBUCIÓN**

- 1.Motivación: concepto y principales teorías
- 2.Motivación Intrínseca Vs Extrínseca
- 3.Reconocimiento, recompensas y clima laboral
- 4.Salario: concepto y estructura
- 5.Políticas de retribución: concepto, elementos y beneficios
- 6.Diseño de políticas de retribución
- 7.Modelos de políticas de retribución

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO**

- 1.Liderazgo
- 2.Enfoques en la teoría del liderazgo
- 3.Estilos de liderazgo
- 4.El papel del líder

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO**

- 1.Programa de entrenamiento
- 2.Técnicas de desarrollo en equipos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA DINÁMICA DE GRUPOS**

- 1.Definición
- 2.Aplicaciones a los distintos campos de la vida social
- 3.Técnicas de dinámicas de grupo
- 4.Normas generales para el uso de las técnicas de grupo

5.El papel del dinamizador

## **MÓDULO 3. MARKETING EN EMPRESAS TURÍSTICAS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO**

- 1.El mercado turístico
- 2.Investigación de mercado turístico
- 3.Política de mercado
- 4.El producto turístico
- 5.El consumidor turístico
- 6.Análisis de motivaciones

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING**

- 1.Definición y ventajas
- 2.Características del plan
- 3.Estructura del plan de marketing
- 4.Etapas para elaborar un plan de marketing
- 5.El plan de promoción de ventas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING Y VENTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

- 1.Marketing del producto turístico
- 2.Comercialización del producto turístico
- 3.Distribución del producto turístico
- 4.Imagen y publicidad
- 5.Publicidad y marketing directo

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL**

- 1.Introducción
- 2.Concepto de Marketing Digital
- 3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
- 4.Ventajas del Marketing Digital
- 5.Características de Internet como medio del Marketing Digital

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET**

- 1.Introducción
- 2.Formas del marketing online
- 3.El marketing como filosofía o cultura empresarial

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL**

- 1.Marketing digital vs Marketing tradicional
- 2.Investigación comercial en marketing digital
- 3.Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
- 4.Estrategia de marketing digital
- 5.Marketing estratégico en Internet

## **MÓDULO 4. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES**

- 1.¿Qué es una marca?
- 2.Personalidad y estructura de la marca

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA**

- 1.La planificación estratégica
- 2.Brand equity o el valor de marca
- 3.Marcas corporativas y marca producto

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN**

- 1.Métodos tradicionales de comunicación
- 2.La presencia de la marca en el Medio Online
- 3.La imagen como comunicadora

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA**

+ Información Gratis

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management-identidad de marca 3.0
4. El storytelling
5. Branding content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones -cool hunting, detección de insight
8. El packaging como motivo de compra
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

## **MÓDULO 5. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PAPEL DEL CRM EN LA EMPRESA**

1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
3. Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
4. Estructura de la organización del CRM

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA ESTRATEGIA CRM**

1. Definición de estrategia CRM
2. Las fuerzas del cambio
3. Orientación al cliente
4. Integración del CRM en nuestra estrategia online
5. Elementos de un programa CRM
6. Medición y análisis de resultados

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ECRM**

1. eCRM como expansión de la estrategia CRM
2. Social CRM
3. Componentes del eCRM
4. Implantación del eCRM

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEL CRM AL CEM**

1. Customer Relationship Management vs Customer Experience Management
2. La experiencia vista desde la parte interna de la empresa
3. La innovación en el CEM
4. Procesos colaborativos: Crossuser & Crowdsourcing
5. Impacto del CEM en la estrategia empresarial

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM EN LA EMPRESA**

1. Lealtad y fidelidad de los clientes
2. Reducción del coste por adquirir clientes
3. Cross Selling (venta cruzada)
4. Up Selling (ventas añadidas)
5. Mayor eficacia y productividad comercial
6. Reducción de costes en comunicación
7. Inexistencia de duplicidades (en procesos y datos)
8. Conocimiento del mercado y de nuestro tarjet

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM PARA EL CLIENTE**

1. La empresa conoce las necesidades del cliente
2. Aumento en la satisfacción del cliente
3. Trato personalizado con el cliente
4. Cliente único en la base de datos
5. Mejora del servicio prestado al cliente

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. ÁREAS PRINCIPALES DEL CRM**

1. Servicio al cliente



- 2.La estructura del Call Center
- 3.Tipos de Call Center
- 4.La función del CRM para el Call Center
- 5.El sistema de automatización de ventas

## **MÓDULO 6. REVENUE MANAGEMENT**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?**

- 1.Historia y orígenes del revenue management
- 2.El concepto de revenue management
- 3.Diferencias entre Yield Management y Revenue Management
- 4.El revenue manager en el organigrama de la empresa
- 5.Los ratios: RevPAR, TrevPAR, GOPPAR
- 6.Interpretación de ratios

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. BENCHMARKING Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

- 1.Concepto, importancia y etapas del Benchmarking
- 2.Clasificación de las técnicas benchmarking
- 3.Selección del grupo competitivo
- 4.Evaluación de nuestra competencia
- 5.Ventajas y desventajas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE GESTIÓN DE VENTAS**

- 1.Up-selling
- 2.Cross-selling
- 3.Overbooking
- 4.Canales de distribución

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT**

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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA ESTRATEGIA DE REVENUE**

- 1.Proceso de implantación de la estrategia de revenue
- 2.Seguimiento y reuniones de control del plan de Revenue
- 3.Herramientas y documentos necesarios

## **MÓDULO 7. GESTIÓN DE CALIDAD EN HOTELES**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNDAMENTOS DEL CONCEPTO DE CALIDAD**

- 1.Introducción al concepto de calidad
- 2.Definiciones de Calidad
- 3.El papel de la calidad en las organizaciones
- 4.Costes de calidad
- 5.Beneficios de un Sistema de Gestión de la Calidad

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD: CONCEPTOS RELACIONADOS**

- 1.Los tres niveles de la Calidad
- 2.Conceptos relacionados con la Gestión de la Calidad
- 3.Gestión por procesos
- 4.Diseño y planificación de la Calidad

5.El Benchmarking y la Gestión de la Calidad

6.La reingeniería de procesos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPIOS CLAVE DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD**

1.Introducción a los principios básicos del Sistema de Gestión de la Calidad

2.Enfoque al cliente

3.Liderazgo

4.PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL

5.Enfoque basado en procesos

6.Mejora

7.Toma de decisiones basadas en la evidencia

8.Gestión de las relaciones

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS BÁSICAS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD**

1.Ciclo PDCA (Plan/Do/Check/Act)

2.Tormenta de ideas

3.Diagrama Causa-Efecto

4.Diagrama de Pareto

5.Histograma de frecuencias

6.Modelos ISAMA para la mejora de procesos

7.Equipos de mejora

8.Círculos de Control de Calidad

9.El orden y la limpieza: las 5S

10.Seis SIGMA

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. INTRODUCCIÓN A LA ISO 9001:2015**

1.Las normas ISO 9000 y 9001

2.Introducción al contenido de la UNE-EN ISO 9001:2015

3.La norma ISO 9001:2015 Requisitos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD**

1.Documentación de un SGC

2.Hitos en la implantación de un SGC

3.Etapas en el desarrollo, implantación y certificación de un SGC

4.Metodología y puntos críticos de la implantación

5.El análisis DAFO

6.El proceso de acreditación

7.Pasos para integrar a los colaboradores del Sistema de Gestión de la Calidad en la empresa

8.Factores clave para llevar a cabo una buena gestión de la calidad

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. OTROS SISTEMAS DE CALIDAD EN HOTELES**

1.Normas de Calidad Turística Española (Q)

2.Iniciativas de Calidad Turística en las CCAA

3.El modelo SERVQUAL aplicado a empresas turísticas

4.Hotelqual: medidor de la Calidad del Servicio en Hoteles

5.Otros medidores de calidad: Tripadvisor, Trivago Mystery Guest

6.Convalidación con el reconocimiento de EQM

7.El nuevo enfoque de evaluación de la EFQM

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES PRÁCTICAS DEL MODELO EFQM**

1.La importancia del cuestionario de autoevaluación

2.Herramienta de Guía y Soporte a la Metodología de Autoevaluación

## **MÓDULO 8. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL, RSC. Y NORMATIVA DE PRL EN LA EMPRESA TURÍSTICA.**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL**

1.Introducción a la gestión medioambiental

2. ¿Qué es la Gestión Medioambiental?

3. Opciones para implantar un SGMA

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. SENSIBILIZACIÓN. POR QUÉ Y PARA QUÉ DE LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL**

1. Razones para implantar en una empresa SGMA

2. Beneficios de la implantación de un SGMA

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASES PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL**

1. Preparación

2. Planificación

3. Evaluación Medioambiental Inicial

4. Preparativos para la certificación

5. El proceso de Certificación

6. Mejora ambiental continua

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL Y LA RSC**

1. La responsabilidad social corporativa

2. Ética y RSC

3. El nuevo modelo de empresa

4. La evolución de la RSC

5. Características básicas de la RSC

6. La RSC en las PYMES

7. La actualidad de la RSC en España

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS NUEVOS MODELOS EMPRESARIALES: SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD**

1. Filosofía de la Empresa Socialmente Responsable

2. Características de la Empresa Socialmente Responsable

3. La Generación de Valor en la empresa

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES**

1. La Dirección Empresas Responsables

2. La Gestión Empresarial basada en el Gobierno Corporativo

3. Ética y Códigos de Conducta en la Acción Directiva

4. Las Auditorías de Responsabilidad Social Corporativa

5. Diseño de un modelo de RSC

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. PRL EN EL SECTOR HOTELERO**

1. Conceptos generales en prevención de riesgos en el trabajo

2. Especificaciones del sector hostelero en la PRL

3. Fundamentos legales del sector hostelero en la PRL

4. Tipos de riesgos y formas de prevención

5. Riesgos psicosociales en el sector hostelero

6. Mobbing: prevención e intervención

7. El estrés laboral y burnout: prevención e intervención

## **MÓDULO 9. GESTIÓN Y AUDITORÍA EN PROTECCIÓN DE DATOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS**

#### **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.Eschema 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 10. PROYECTO FINAL**



**+ Información Gratis**