



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster Europeo en Turismo

+ Información Gratis

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

Máster Europeo en Turismo

duración total: 850 horas

horas teleformación: 300 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Si quiere dedicarse profesionalmente al entorno del turismo y especializarse en este sector tan importante en la actualidad económica y laboral este es su momento, con el Master en Turismo podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de la mejor manera posible. El turismo ha evolucionado en la misma medida que el desarrollo económico, político y social lo ha hecho. Hoy en día el turista consume diversos tipos de turismo como pueden ser: turismo urbano, cultural, de salud, sol y playa, cruceros, ecoturismo, náutico, aventura y safaris, religioso, etc. los cuales han aparecido a raíz de las demandas y usos frecuentes de sus clientes. En este sentido, los profesionales del turismo deben de aprender técnicas de varios ámbitos, como la promoción y venta de productos, marketing turístico, información turística etc. Gracias a la realización de este Master en Turismo conocerá todo lo referente a estos aspectos importantes del turismo para poder desempeñar su función con éxito.



+ 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

- Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
- Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.
- Conocer el marketing en las agencias de viajes.
- Aplicar el marketing en el mercado turístico.
- Realizar un plan de marketing en el ámbito del turismo.
- Adquirir las características de la publicidad en las agencias de viajes.
- Saber cómo organizar un departamento de animación, tanto internamente como en sus relaciones con los demás departamentos de un establecimiento turístico.
- Aprender a diseñar programas de animación, conociendo los diferentes tipos existentes y las herramientas que se pueden utilizar, así como los posibles métodos de temporalización, promoción y evaluación.

para qué te prepara

Este Master en Turismo le prepara para profundizar en la venta de productos y servicios turísticos, aprendiendo a vender servicios turísticos y viajes, además de conocer a fondo el marketing turístico en la actualidad. Por otro lado con este Master podrá ser capaz de adquirir un nivel profesional de inglés para este entorno y las dotes oportunas para desempeñar la labor de guía turístico.

salidas laborales

Agencias de viajes / Hostelería / Turismo / Empresas turísticas / Experto en marketing turístico / Guía 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 'Animación turística - EF'
- Manual teórico 'Marketing en las Agencias de Viajes'
- Manual teórico 'Promoción y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Locales'
- Manual teórico 'Inglés Profesional para Turismo'
- Manual teórico 'Comunicación y Atención al Cliente en Hostelería y Turismo'
- Manual teórico 'Ecoturismo'
- Manual teórico 'Planificación de Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Productos Turísticos'



profesorado y servicio de tutorías

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

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

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

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

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



plazo de finalización

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

campus virtual online

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

comunidad

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

revista digital

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

secretaría

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

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

programa formativo

MÓDULO 1. PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y CULTURAL

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

MÓDULO 2. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. 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 Europea

MÓDULO 3. PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Conceptos y componentes
2. Análisis del producto-destino turístico
3. Análisis del mercado turístico
4. Plan para el desarrollo del producto turístico
5. Principios y Factores para diseñar un paquete-producto turístico
6. Diseño del producto turístico
7. Fases del ciclo de vida del producto turístico
8. Diferenciar el producto turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA E INVENTARIO DE RECURSOS

1. Planificación turística
2. Inventario de recursos para el desarrollo turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. 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 5. TURISMO ALTERNATIVO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 7. 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 8. ECOLOGÍA, BIODIVERSIDAD E IMPACTO AMBIENTAL DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

1. Ecología
2. Biodiversidad
3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TIPOLOGÍA DEL TURISMO, MODALIDADES DE OCIO RELACIONADAS CON LA SOSTENIBILIDAD

1. La demanda turística
2. Tipos de demanda turística
3. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada
4. Turismo y ocio sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 10. DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE

1. Caracterización de los tipos de productos y servicios turísticos sostenibles
2. Definición de productos turísticos sostenibles
3. Diseño y desarrollo de servicios
4. Fases integradoras del proceso de diseño
5. Ecodiseño de productos sostenibles
6. Diseño de producto o servicio sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ESTUDIO TÉCNICO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 12. 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

MÓDULO 4. 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 SERVICIO EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

- 1.Elementos para una teoría del 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 5. 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 6. ANIMACIÓN TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS Y FUNCIONALES

1. Estructuras organizativas y funcionales
2. Turismo para todos
3. Regulaciones y normativas
4. Importancia de la animación en los alojamientos turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA ANIMACIÓN Y SUS RESPONSABLES, LOS ANIMADORES

1. ¿Qué es la animación? Concepto y antecedentes
2. Objetivos y situación de la animación turística
3. Los animadores, ¿quiénes somos?
4. Clasificación, características y cualidades del animador
5. Formación y capacitación
6. Ocupaciones y puestos de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELEMENTOS PARA LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE UN DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN

1. La organización en el departamento de animación
2. Relaciones con otros departamentos
3. Espacios y recursos humanos
4. Recursos económicos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ORGANIZACIÓN, DESARROLLO Y CONTROL DE ACTIVIDADES

1. Diseño de los programas de animación
2. Herramientas para la organización del programa
3. Tipos de programas de animación
4. Temporalización de programas y actividades
5. La evaluación en los procesos de animación
6. Promoción, publicidad y venta de nuestras actividades

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DINÁMICA Y DINAMIZACIÓN DE GRUPOS

1. Grupo, fases y clasificación
2. Los roles en el desarrollo del grupo
3. Líder y liderazgo
4. El logro de dinamizar un grupo
5. ¿Qué entendemos por dinámica de grupos?
6. Clasificación de las dinámicas de grupo
7. Diseño y aplicación de las dinámicas de grupo
8. Criterios para elegir la dinámica adecuada

MÓDULO 7. ECOTURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN E HISTORIA DEL ECOTURISMO

1. Pequeña evolución del turismo nacional
2. Ecoturismo evolución breve en el tiempo pero creciente en magnitud

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTO DE ECOTURISMO

1. Impactos producidos por el turismo
2. Ecoturismo en el sector turístico
3. Papel del ecoturismo en el turismo sostenible
4. Principios del ecoturismo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LUGARES DONDE SE DESARROLLA

1. Dónde se puede hacer ecoturismo
2. Viaje de ecogastronomía o enoturismo
3. Algunos lugares del mundo que resaltar...
4. Ecoturismo en España

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACTIVIDADES DEL ECOTURISMO

1. ¿Es tan primoroso el ecoturismo o por el contrario se mixtifica?
2. Actividades en el ecoturismo
3. Actores del ecoturismo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLAN PARA EL MANEJO DEL ECOTURISMO

1. Planificación y manejo del ecoturismo
2. Plan para el Manejo del Ecoturismo
3. Diagnóstico completo del lugar
4. Análisis de datos y preparación del PME

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DESARROLLO RURAL

1. Medio Rural
2. Desarrollo Rural
3. Agente de Desarrollo Rurales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. NORMATIVA DE LA UE DE AYUDA AL DESARROLLO

1. Normativa de ayuda al desarrollo rural
2. Programación
3. Ayuda al desarrollo rural

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TURISMO RURAL

1. Evolución del turismo rural
2. Concepto de turismo rural
3. Modelos de turismo en el medio rural
4. Turismo rural como producto
5. El entorno
6. Estrategias de marketing para el turismo rural

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL

1. Crisis ambiental
2. Algunas consecuencias del cambio climático
3. Conceptos y términos básicos
4. Turismo, medio ambiente y legislación Nacional
5. La sociedad y el medio ambiente

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EDUCACIÓN E INFORMACIÓN AMBIENTAL

1. ¿Por qué es importante la participación pública?
2. Educación ambiental
3. Programas de educación ambiental

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE AGROTURISMO

1. Agroturismo
2. Oferta, demanda, cliente...
3. Participación del agroturismo en la educación ambiental

UNIDAD DIDÁCTICA 12. AGROTURISMO Y SUS PRINCIPALES ACTIVIDADES

- 1.Aspectos subjetivos del agroturismo
- 2.Principales actividades del agroturismo

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PROGRAMA DE LA TRIPLE R PARA LA GESTIÓN DE RESIDUOS

- 1.Obsolescencia y la triple R
- 2.Reducción
- 3.Reutilización
- 4.Reciclaje
- 5.La recogida selectiva
- 6.Las plantas de recuperación de residuos sólidos urbanos

UNIDAD DIDÁCTICA 14. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS

- 1.Riesgos Naturales
- 2.Accidente e incidente dos conceptos diferentes

MÓDULO 8. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

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

- 1.Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros
- 2.Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos
- 3.Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico
- 4.Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos
- 5.Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero
- 6.Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESTACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN INGLÉS

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

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

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

