



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Turismo Sostenible + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster en Turismo Sostenible + Titulación Universitaria

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

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En un entorno donde la sostenibilidad se ha convertido en un imperativo global, el turismo necesita profesionales capaces de innovar y desarrollar prácticas responsables. El Máster en Turismo Sostenible aborda esta necesidad, ofreciendo una formación integral que enfatiza el diseño de productos turísticos y servicios eco-conscientes, promoción y comercialización local, y la gestión sostenible de destinos. El programa del curso destila competencias esenciales, desde la planificación de experiencias de ecoturismo hasta la dirección de estrategias de marketing eficaces que resuenan con las demandas contemporáneas.

Este máster en línea entrena a futuros líderes de la industria en asesoramiento y comercialización de productos turísticos, incidiendo en la singular importancia de la sostenibilidad. Al explorar la programación de viajes combinados y la viabilidad de atracciones y destinos, los participantes se convierten en agentes de cambio capaces de equilibrar las necesidades económicas con la preservación del patrimonio natural y cultural.

Optar por este Máster es apostar por una visión turística del futuro, una que dignifica tanto el ambiente como la experiencia del viajero, preparándote para afrontar los desafíos del turismo del mañana.



a quién va dirigido

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

objetivos

- Diseñar productos turísticos sostenibles.
- Impulsar la venta de servicios eco-friendly.
- Gestionar destinos con ética verde.
- Asesorar en turismo responsable.
- Planificar marketing turístico estratégico.
- Promover el ecoturismo mundialmente.
- Operar viajes combinados sostenibles.

para qué te prepara

El curso de Máster en Turismo Sostenible te prepara para diseñar y gestionar productos y servicios turísticos innovadores y sostenibles. Aprenderás técnicas de promoción y comercialización a nivel local, garantizando la sostenibilidad de los destinos turísticos. Serás capaz de asesorar eficazmente y vender servicios turísticos, manejar estrategias de marketing, y desarrollar planes que potencien los recursos del turismo sostenible y el ecoturismo. Además, obtendrás habilidades para la planificación y operación de viajes combinados. Este máster te dota de las herramientas necesarias para liderar en la industria del turismo responsable.

salidas laborales

El Máster en Turismo Sostenible abre puertas a perfiles especializados en el diseño de productos y gestión de destinos eco-amigables. Los graduados prosperan en la promoción turística local, crean servicios innovadores y asesoran en estrategias de marketing verde. Sobresalen en la planificación y operación de viajes y el desarrollo de ecoturismo, fortaleciendo la sostenibilidad en el sector.

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 'Elaboración y Gestión de Viajes Combinados'
- Manual teórico 'Promoción y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Locales'
- Manual teórico 'Productos, Servicios y Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Asesoramiento, Venta y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos'
- Manual teórico 'Diseño de Productos y Servicios Turísticos Locales'
- Manual teórico 'Gestión Sostenible de Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Ecoturismo'
- Manual teórico 'Dirección y Gestión de Planes de Marketing'



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

PARTE 1. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SECTOR TURÍSTICO.

1. Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros.
2. La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.
3. Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos.
4. La estructura de comercialización en el sector:
5. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORDENACIÓN TERRITORIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

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

UNIDAD DIDÁCTICA 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.

PARTE 2. 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 servucción. Justificación e importancia de su uso.

2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción 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

PARTE 3. GESTIÓN SOSTENIBLE DE DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. DESARROLLO DE TURISMO 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. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad

6. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

1. Declaraciones internacionales

2. Las políticas de turismo sostenible en la Unión Europea

3. Regulación del turismo sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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 6. INCIDENCIA AMBIENTAL DE LA ACTIVIDAD DE HOTELERÍA

- 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 7. GESTIÓN SOSTENIBLE EN LOS HOTELES

- 1.Instrumentos aplicados en la gestión sostenible
- 2.Implantación de la gestión sostenible
- 3.Gestión del cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. 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 10. 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

PARTE 4. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

- 1.Concepto de distribución de servicios.
- 2.Características diferenciales de la distribución turística.
- 3.Intermediarios turísticos.
- 4.Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.
- 5.Las agencias de viajes.
- 6.Funciones que realizan.
- 7.Tipos de agencias de viajes.
- 8.Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.
- 9.Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
- 10.La ley de Viajes Combinados.
- 11.Las centrales de reservas.
- 12.Tipos y características
- 13.Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
- 14.Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
- 15.Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA DE ALOJAMIENTO

- 1.Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:
- 2.Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAHV (Federación Universal de Agencias de Viajes).
- 3.Acuerdos y contratos.
- 4.Tipos de retribución en la venta de alojamiento
- 5.Fuentes informativas de la oferta de alojamiento: Identificación y uso.
- 6.Reservas directas e indirectas.
- 7.Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
- 8.Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
- 9.Bonos de alojamiento: Tipos y características.
- 10.Principales proveedores de alojamiento: Cadenas hoteleras y centrales de reservas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA DE TRANSPORTE

- 1.El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operador
Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos.
- 2.Fuentes informativas del transporte aéreo regular.
- 3.El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relación
Tarifas.
- 4.El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operador
Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.
- 5.El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores.
Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular.
- 6.El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

- 1.El producto turístico integrado.
- 2.Tipos de viajes combinados.
- 3.Los cruceros.
- 4.Tendencias del mercado.
- 5.Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
- 6.Términos de retribución.
- 7.Manejo de programas y folletos.
- 8.Procedimientos de reservas.
- 9.Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
- 10.Principales tour-operadores nacionales e internacionales.
- 11.Grupos turísticos y procesos de integración.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS VENTAS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

- 1.La venta de autos de alquiler.
- 2.Tarifas y bonos.
- 3.La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
- 4.La venta de excursiones.
- 5.Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
- 6.Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
- 7.Aplicación de cargos por gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MARKETING Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS EN LAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

- 1.Concepto de Marketing.
- 2.El "Marketing" de servicios.
- 3.Especificidades.
- 4.Segmentación del mercado.
- 5.El "mercado objetivo".
- 6.El Marketing Mix.
- 7.Elementos.

- 8.Estrategias.
- 9.Políticas y directrices de marketing.
- 10.El Plan de Marketing.
- 11.Características.
- 12.Fases de la de marketing.
- 13.Planificación de medios.
- 14.Elaboración del plan
- 15.Marketing directo.
- 16.Técnicas.
- 17.Argumentarios.
- 18.Planes de promoción de ventas.
- 19.La promoción de ventas en las agencias de viajes.
- 20.La figura del promotor de ventas y su cometido.
- 21.Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.
- 22.Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.
- 23.Normativa legal sobre bases de datos personales.
- 24.Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.
- 25.Decisores y prescriptores.
- 26.El merchandising.
- 27.Elementos de merchandising propios de la distribución turística.
- 28.Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

- 1.Las agencias de viajes virtuales:
- 2.Evolución y características de la distribución turística en Internet.
- 3.El dominio de la demanda.
- 4.Estructura y funcionamiento.
- 5.La venta en el último minuto.
- 6.Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)
- 7.Utilidades de los sistemas online:
- 8.Navegadores: Uso de los principales navegadores.
- 9.Correo electrónico, Mensajería instantánea.
- 10.Teletrabajo.
- 11.Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line.
- 12.Modelos de distribución turística a través de Internet.
- 13.Ventajas.
- 14.Tipos.
- 15.Eficiencia y eficacia.
- 16.Servidores online
- 17.Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PÁGINAS WEB DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y PORTALES TURÍSTICOS

- 1.El internauta como turista potencial y real.
- 2.Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística
- 3.Medios de pago en Internet:
- 4.Conflictos y reclamaciones on line de clientes

PARTE 5. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y SISTEMA ECONÓMICO

- 1.El concepto y contenido del marketing evolución: Intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.

- 2.El marketing en el sistema económico
- 3.El marketing como cultura: evolución del marketing en la empresa. Tendencias actuales en el marketing
- 4.Marketing y dirección estratégica: marketing operativo y marketing estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADO RELEVANTE: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN

- 1.Orientación de las organizaciones hacia el entorno
- 2.Delimitación y definición del mercado
- 3.Bienes de consumo y su mercado
- 4.Uso del producto hacia el mercado industrial
- 5.Uso del producto hacia el mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR Y LAS ORGANIZACIONES: ANÁLISIS

- 1.Comportamiento de compra: Estudio del alcance e interrelaciones con otras disciplinas y características
- 2.Comportamiento de compra de los consumidores: Condicionantes de compra
- 3.Estudio de los diferentes comportamientos de compra y etapas del proceso de compra en mercados de consumo
- 4.Comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- 1.Estrategia de segmentación del mercado: La importancia en la estrategia de las organizaciones
- 2.Segmentación de mercados: Criterios de consumo e industriales. Condiciones para una segmentación eficiente
- 3.Cobertura del mercado: Estrategias
- 4.Segmentación de mercados: Técnicas a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE ESTRUCTURA COMPETITIVA Y DEMANDA

- 1.Primeros pasos
- 2.Concepto, factores condicionantes de la demanda y dimensiones del análisis de la demanda
- 3.Análisis de componentes y determinación del concepto de cuota de mercado de marca
- 4.Modelos explicativos: selección e intercambio de marca
- 5.Principales factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MERCADOS Y EL MARKETING: INVESTIGACIÓN

- 1.El sistema de información de marketing y sus componentes
- 2.Investigación de mercados: Concepto, objetivos y aplicaciones
- 3.Estudio de investigación de mercados: Metodología de realización

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

- 1.Definición de producto: atributos formales del producto
- 2.Diferenciación y de posicionamiento del producto: Estrategias
- 3.Etapas del desarrollo y diseño de nuevos productos
- 4.El producto y su ciclo de vida
- 5.La cartera de productos: Modelos de análisis
- 6.Estrategias de crecimiento para las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

- 1.Concepto, utilidades e importancia del canal de distribución
- 2.Función de cada uno de los componentes del canal de distribución
- 3.Longitud, factores condicionantes, e intensidad del diseño del canal de distribución:
- 4.Formas comerciales: clasificación
- 5.El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRECIOS

- 1.Introducción
- 2.Concepto e importancia del precio como instrumento de decisiones comerciales
- 3.Fijación de precios: Principales factores condicionantes
- 4.Fijación de precios: Procedimientos de fijación de precios y métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda
- 5.Fijación de precios: Estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

1. Concepto e importancia de la comunicación comercial
2. Principales factores condicionantes en la estrategia y del mix de comunicación comercial
3. Venta personal, publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing directo de mix de comunicación comercial
4. Imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Concepto, utilidad y horizonte temporal: El plan de marketing:
2. Principales etapas del diseño del plan de marketing
3. Tipos de control en la ejecución y control del plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROYECTO FINAL: CREACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. Introducción

PARTE 6. PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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. La demanda turística. Tipos de demanda turística. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
4. La oferta turística. Componentes de la oferta turística.
5. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.
6. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.
7. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ALOJAMIENTO COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. La hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características.
2. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y touroperadores.
3. Principales proveedores de alojamiento.
4. Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. Cadenas hoteleras. Centrales de reservas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL TRANSPORTE COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. Transporte por carretera:
2. Transporte por ferrocarril:
3. Transporte acuático:
4. Transporte aéreo:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OTROS ELEMENTOS Y COMPONENTES DE LOS VIAJES COMBINADOS, EXCURSIONES O TRASLADOS.

1. El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contrastes. Normativa.
2. El alquiler de automóviles con y sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado fly-drive.
3. Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas. Prestaciones. Reservas.
4. Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
5. Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES.

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

PARTE 7. PLANIFICACIÓN, PROGRAMACIÓN Y OPERACIÓN DE VIAJES COMBINADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CREACIÓN Y OPERACIÓN DE VIAJES COMBINADOS.

- 1.Concepto de viaje combinado. Tipos. Viajes combinados elaborados bajo demanda y para la oferta.
- 2.Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas. Condiciones de colaboración y términos de retribución.
- 3.Análisis de las fases de la elaboración, programación, comercialización y operación de los viajes combinados.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROGRAMACIÓN Y OPERACIÓN DE EXCURSIONES Y TRASLADOS.

- 1.Tipos de excursiones y visitas. Características y servicios que incluyen. Operaciones regulares y operaciones bajo demanda. Normativa aplicable. Programación y operación de excursiones.
- 2.Los traslados como operación propia de las agencias de viajes receptoras. Tipos de traslados. Programación y operación de traslados.

PARTE 8. ECOTURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN E HISTORIA DEL ECOTURISMO

- 1.Pequeña evolución del turismo nacional
 - 1.- Algunos tipos de turismos actuales
- 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
 - 1.- Conservación de los recursos y ecosistemas
 - 2.- Integración de las comunidades

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
 - 1.- Sujetos clave en la toma de decisiones
 - 2.- Sujetos de apoyo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLAN PARA EL MANEJO DEL ECOTURISMO

- 1.Planificación y manejo del ecoturismo
- 2.Plan para el Manejo del Ecoturismo
 - 1.- Requisitos y financiación
- 3.Diagnóstico completo del lugar
 - 1.- Cuestiones del diagnóstico

- 2.- Obtención de la información
- 3.- Organización y formalización del diagnóstico
- 4. Análisis de datos y preparación del PME
 - 1.- Análisis de datos
 - 2.- Preparación del plan

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DESARROLLO RURAL

- 1. Medio Rural
- 2. Desarrollo Rural
 - 1.- Década de los cincuenta y sesenta
 - 2.- Década de los setenta
 - 3.- Década de los ochenta
 - 4.- Década de los noventa
 - 5.- Desarrollo Rural en la sociedad actual
- 3. Agente de Desarrollo Rurales
 - 1.- Capacidades de los Agentes de Desarrollo Rural

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

- 1. Normativa de ayuda al desarrollo rural
 - 1.- Finalidad y conceptos
- 2. Programación
 - 1.- Contenido de la programación
 - 2.- Preparación, aprobación y modificación de los programas de desarrollo rural
- 3. Ayuda al desarrollo rural
 - 1.- Medidas
 - 2.- Disposiciones comunes a varias medidas
 - 3.- Asistencia técnica y creación de redes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TURISMO RURAL

- 1. Evolución del turismo rural
- 2. Concepto de turismo rural
- 3. Modelos de turismo en el medio rural
 - 1.- Modelos de turismo en la naturaleza
 - 2.- Características de los tipos de turistas de naturaleza
- 4. Turismo rural como producto
 - 1.- Los productos de turismo rural
 - 2.- Recursos turísticos
- 5. El entorno
 - 1.- Elementos del entorno rural
- 6. Estrategias de marketing para el turismo rural
 - 1.- Tipos de publicidad utilizados en el turismo rural

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL

- 1. Crisis ambiental
- 2. Algunas consecuencias del cambio climático
- 3. Conceptos y términos básicos
 - 1.- Efecto invernadero
 - 2.- Degradación Ambiental
 - 3.- Hacia un desarrollo sostenible
- 4. Turismo, medio ambiente y legislación Nacional
 - 1.- Legislación nacional de interés
- 5. La sociedad y el medio ambiente
 - 1.- Los medios de comunicación
 - 2.- Educación ambiental
 - 3.- Voluntariado ambiental
 - 4.- Buenas prácticas ambientales en la actividad profesional objeto de formación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EDUCACIÓN E INFORMACIÓN AMBIENTAL

1. ¿Por qué es importante la participación pública?
 - 1.- ¿Cómo se regula?
 - 2.- Cómo se puede realizar la participación pública
 - 3.- Problemas de participación y medición de conflictos
 - 4.- Herramientas de participación
2. Educación ambiental
 - 1.- El libro blanco de la educación ambiental en España en pocas palabras
 - 2.- Ecocampus
 - 3.- El Uso público
3. Programas de educación ambiental
 - 1.- Programas internacionales
 - 2.- Programas de ámbito estatal
 - 3.- Programas en comunidades autónomas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE AGROTURISMO

1. Agroturismo
2. Oferta, demanda, cliente...
 - 1.- Conservación de los recursos
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
 - 1.- Actividades con animales
 - 2.- Actividades en huertas y jardines
 - 3.- Actividades con productos del bosque y de la tierra
 - 4.- Elaboración de productos caseros
 - 5.- Otras actividades
 - 6.- Evaluación de las actividades

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

1. Obsolescencia y la triple R
2. Reducción
3. Reutilización
 - 1.- La bolsa de subproductos
 - 2.- Compostaje
4. Reciclaje
5. La recogida selectiva
 - 1.- Vidrio
 - 2.- Papel y Cartón
 - 3.- Plásticos
 - 4.- Pilas
 - 5.- Materiales Textiles
 - 6.- Medicamentos
 - 7.- Aceites
 - 8.- Radiografías
 - 9.- Metales
6. Las plantas de recuperación de residuos sólidos urbanos

UNIDAD DIDÁCTICA 14. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS

1. Riesgos Naturales
 - 1.- Definiciones y cálculo de riesgo total
 - 2.- Gestión y análisis del riesgo
2. Accidente e incidente dos conceptos diferentes

- 1.- Tipología de la organización
- 2.- Causas externas o internas
- 3.- Auditoría ambiental