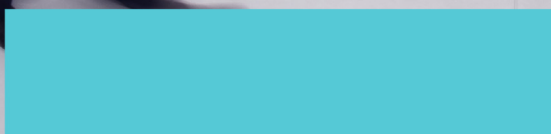




EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Máster en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
INESEM

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir
Euroinnova

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Más de un

90%

tasa de
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



Leaders driving change
Elige Inesem



QS, sello de excelencia académica
Inesem: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



Ver en la web

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Relaciones institucionales



Relaciones internacionales



Acreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)

BY EDUCA EDTECH

Inesem es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



Ver en la web



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Inesem.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Inesem cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial** y una **imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin intereses de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Protección al
Comprador

Ver en la web

Máster en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos



DURACIÓN
1500 horas



MODALIDAD
ONLINE



ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO

Titulación

Título Propio del Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM) "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."

Aplicar los contenidos de este título a la actividad profesional y a la vida personal y social del alumno/a.

INESEM BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

NOMBRE DEL CURSO

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Inesem Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMNO/A

Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER

La Dirección Académica

Con Estatuto Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNESCO (Num. Resolución 4046)

Ver en la web

Descripción

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

Objetivos

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

A quién va dirigido

Dirigido a profesionales del sector turístico con competencias o relaciones directas en la creación o implantación de estrategias y políticas de gestión, planificación y promoción de destinos turísticos.

Para qué te prepara

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

Salidas laborales

Las personas con esta formación adquirirán los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para desarrollar su carrera profesional tanto en el sector público como en organizaciones privadas. Dentro de estos ámbitos, las principales salidas son: - Planificación y gestión pública de destinos: técnico de gestión de administraciones públicas, responsable de programa de plan de dinamización, dirección de campaña de promoción de destino, responsable de centro de iniciativas turísticas,

responsable de oficina de turismo, agente de desarrollo local. - Productos y actividades turísticas: técnico asesor de gestión del patrimonio natural y cultural, responsable de promoción y comercialización, gestor de nuevos productos. - Formación, investigación y consultoría: consultoría turística.

[Ver en la web](#)

TEMARIO

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO Y LA SOSTENIBILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO Y LA HOSTELERÍA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO TURÍSTICO Y LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Producto y características del producto
2. La oferta y la demanda del turismo en España
3. La distribución turística
4. Las centrales de reservas
5. Los sistemas globales de distribución
6. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional
7. Las motivaciones turísticas
8. La distribución del turismo en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TURISMO SOSTENIBLE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

1. Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales
2. El desarrollo sostenible para planificadores locales
3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico Impactos ambientales
4. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico
5. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos
6. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

1. Declaraciones internacionales
2. Las políticas de turismo sostenible en la Unión Europea

3. Regulación del turismo sostenible

MÓDULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL TURISMO Y LA ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING TURÍSTICO

1. Concepto de Marketing
2. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de turismo
3. Marketing directo
4. El merchandising
5. Marketing operacional y marketing mix en el sector de turismo
6. Marketing vivencial, sensorial o experiencial
7. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo
8. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa,

marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final

9. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales
10. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas

MÓDULO 3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE PRODUCTOS Y DESTINOS TURISTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NATURALEZA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APROXIMACIÓN A LOS RECURSOS TURÍSTICOS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGULACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GOBERNANZA TURÍSTICA DEL DESTINO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ORDENACIÓN TERRITORIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

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

MÓDULO 4. DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO Y EL DESTINO TURÍSTICO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y CULTURAL

1. Análisis de los recursos y servicios del destino turístico
2. Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio
3. Medios interpretativos personales y no personales
4. Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución de la información
5. Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios
6. Integración e interrelación de información

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DESTINOS TURÍSTICOS CULTURALES

1. Cultura y turismo: conformación de destinos
2. Ciudades históricas como espacios patrimoniales

3. Complejidad de las aglomeraciones urbanas como atractivo complementario
4. La cultura rural como atractivo turístico

MÓDULO 5. DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL DESARROLLO LOCAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS CLUSTERS TURÍSTICOS

1. Concepto de clúster
2. Descripción de clústers turísticos

MÓDULO 6. GESTIÓN SOSTENIBLE DEL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL TURISMO SOSTENIBLE?

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPACTO AMBIENTAL DEL TURISMO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NUEVAS TENDENCIAS, VIAJES TURÍSTICOS SOSTENIBLES

1. Máximas del turismo sostenible

2. Impacto negativo del turismo en el entorno
3. Comercialización de productos turísticos sostenibles
4. Exigencias del diseño de destinos sostenibles

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

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

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

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

MÓDULO 7. GESTIÓN SOSTENIBLE APLICADA A EMPRESAS HOSTELERAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS HOTELES EN EL TURISMO SOSTENIBLE

1. La hotelería en el sistema turístico
2. Actuaciones hoteleras dirigidas a un turismo sostenible
3. Percepción de las distintas dimensiones del turismo sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INCIDENCIA AMBIENTAL DE LA ACTIVIDAD HOTELERA

1. Agentes y factores de impacto
2. Tratamiento de residuos: Manejo de residuos y desperdicios Tipos de residuos generados
Residuos sólidos y envases Emisiones a la atmósfera Vertidos líquidos
3. Normativa aplicable sobre protección ambiental
4. Otras técnicas de prevención o protección

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN SOSTENIBLE EN LOS HOTELES

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CALIDAD HOTELERA EN EL TURISMO SOSTENIBLE

1. Destinos turísticos

2. La calidad de los destinos turísticos
3. La calidad de los servicios turísticos
4. Influencia de la calidad en la competitividad turística

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

1. Compras y aprovisionamiento
2. Elaboración y servicio de alimentos y bebidas
3. Limpieza, lavandería y lencería
4. Recepción y administración
5. Mantenimiento

MÓDULO 8. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

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

1. Introducción al análisis Diversificación, planificación y sostenibilidad
2. Evolución y análisis de la situación actual
3. El entorno y sus recursos turísticos
4. Técnicas de Evaluación
5. Valoración de los Recursos
6. Normas de protección del medio ambiente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUESTA EN MARCHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DINAMIZACIÓN DE RECURSOS TERRITORIALES

1. Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico Normativas
2. Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los

productos turísticos locales

3. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos
4. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector Métodos cuantitativos y cualitativos Aplicaciones estadísticas
5. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos Posicionamiento estratégico frente a la competencia

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

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO

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

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

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

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

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

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

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

MÓDULO 10. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA CULTURA DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS Y/O ENTIDADES DE HOSTELERÍA Y TURISMO

1. El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico
2. Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves
3. Aspectos legales y normativos
4. El plan de turismo español Horizonte 2020

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ORGANIZACIÓN HOSTELERA Y TURÍSTICA

1. Organización de la calidad
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO

1. Procesos de producción y servicio
2. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
3. Gestión de los datos
4. Evaluación de resultados

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ATENCIÓN AL CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN INGLÉS

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

MÓDULO 11. PROYECTO FINAL DE MÁSTER

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web

