



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Máster en Transformación Turística: Turistech y Traveltech





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 Transformación Turística: Turistech y Traveltech



DURACIÓN
1500 horas



MODALIDAD
ONLINE



ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO

Titulación

Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. "Enseñanza No Oficial y No Conducente a la Obtención de un Título con Carácter Oficial o Certificado de Profesionalidad."

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 XXXXXXXXX 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-XXXXX.
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 INESEM)

Ver en la web

Descripción

El Máster en Transformación Turística: Turistech y Traveltech te aportará conocimientos especializados en la digitalización de la industria turística, una industria que está en constante crecimiento y evolución y que está siendo renovada constantemente debido a las nuevas formas de negocio, las nuevas exigencias y gustos de los clientes y la digitalización de todo el contexto general del turismo. Con este máster podrás explorar aspectos novedosos del turismo como el marketing digital, las nuevas técnicas de investigación de mercados, el diseño de nuevos productos turísticos o la transformación digital de empresas turísticas, todo orientado a obtener las habilidades y herramientas necesarias para poder triunfar en este sector.

Objetivos

- Comprender la evolución de la tecnología en el turismo.
- Aprender a desarrollar estrategias digitales para empresas turísticas.
- Profundizar sobre el marketing digital aplicado a empresas turísticas.
- Saber realizar revenue management y gestión de precios adecuada.
- Realizar una estrategia digital adecuada al ámbito de la empresa.
- Indagar sobre la planificación estratégica y la gestión de empresas turísticas.

A quién va dirigido

Este Máster en Transformación Turística: Turistech y Traveltech está dirigido a aquellas personas estudiantes o profesionales que deseen obtener una formación especializada en turismo, está dirigida hacia la digitalización de empresas turísticas y las nuevas formas de negocio que presenta la industria.

Para qué te prepara

El Máster en Transformación Turística: Turistech y Traveltech te prepara para poder desempeñar tu trabajo en la industria del turismo dotándote de las habilidades necesarias para impulsar la innovación tecnológica, mejorar la experiencia de los viajeros, abordar la sostenibilidad y enfrentar desafíos emergentes. Con este máster podrás ser un experto en la convergencia de tecnología y turismo.

Salidas laborales

Las salidas laborales del Máster en Transformación Turística: Turistech y Traveltech son todas aquellas relacionadas con el sector turístico como pueden ser especialista en marketing digital turístico, en revenue management, consultoría turística, gerente o director/a de negocios turísticos, especialista en

ventas y reservas o en diseño de productos turísticos.

[Ver en la web](#)

TEMARIO

MÓDULO 1. LAS CLAVES 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 reserva turística
5. Global Distribución System (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 hostelero
2. Bases de datos de alojamientos hoteleros
3. Tipos de reservas
4. Tipos de tarifas
5. Funcionalidad de las centrales de reservas y cadenas de hoteles
6. El papel de los tour operadores en el sector hostelero

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

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. 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 4. REVOLUCIÓN DIGITAL EN EL TURISMO, TURISTECH Y TRAVELTECH

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL NUEVO CLIENTE DIGITAL

1. Transformación del entorno digital
2. Nueva generación de consumidores

3. Tendencias digitales (omnicanalidad, sobreinformación, experiencias inmersivas...)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIAGNÓSTICO DEL CUSTOMER EXPERIENCE

1. Introducción al customer journey
2. Fases de la experiencia del cliente
3. Propuestas de mejora
4. Herramientas para crear un Customer Journey
5. Tendencias
6. Introducción al Buyer Persona
7. Cómo crear tu Buyer Persona
8. Herramientas
9. Análisis y mapeo de los touch points
10. Identificación de los MOTs (Momentos de la Verdad)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DIGITAL

1. Estrategias de transformación digital: global, por etapas y funciones, spin-off
2. Empresa a los consumidores y clientes: construcción colaborativa de ofertas, comunicación colaborativa sobre la marca, innovación colaborativa, medios sociales...
3. Modelo de Trabajo en un entorno digital
4. Enfoques: Mobile first, Lean startup, Growth Hacking

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISEÑO E INNOVACIÓN DE EXPERIENCIAS DEL CLIENTE

1. Concepto, áreas de aplicación y potenciales beneficios del Design Thinking
2. Herramientas para la generación y combinación de ideas
3. Metodología en Design Thinking (I) (Skateholders Map, Inmersión cognitiva, interacción constructiva, mapa mental, Moodboard, Observación encubierta, entrevistas, scamper, visualización empática...)
4. Metodología en Design Thinking (II): Card Sorting, Maquetas, Mapa de ofertas, actividades de reactivación, Brainstorming, Storytelling, Brainwriting...)
5. Metodología en Design Thinking (III): Matriz de motivaciones, Role Play, Storyboard...)

UNIDAD DIDÁCTICA 7. NEUROMARKETING

1. El Neuromarketing actual
2. Tendencias en neuromarketing
3. Psicología del consumidor
4. Motivación y persuasión del consumidor
5. Las emociones en el comportamiento de compra
6. Predicción en el comportamiento de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 8. BIG DATA

1. ¿Qué es el Big Data?
2. La importancia de almacenar y extraer información
3. Reglas para los Big Data
4. Big Data enfocado a los negocios

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EXPERIENCIAS DE ÉXITO

1. Casos reales
2. Ejercicios prácticos

MÓDULO 5. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMANCE MARKETING

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

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. Herramientas necesarias
3. Seguimiento y reuniones de control del plan de Revenue

MÓDULO 7. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NATURALEZA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APROXIMACIÓN A LOS RECURSOS TURÍSTICOS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGULACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GOBERNANZA TURÍSTICA DEL DESTINO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ORDENACIÓN TERRITORIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

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

MÓDULO 8. PROYECTO FINAL

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

