



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**Máster en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante  
+ Titulación Universitaria**





Elige aprender en la escuela  
**líder en formación online**

# ÍNDICE

**1** | Somos Educa  
Business  
School

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y  
acreditaciones

**4** | By EDUCA  
EDTECH  
Group

**5** | Metodología  
LXP

**6** | Razones por  
las que  
elegir Educa  
Business  
School

**7** | Financiación  
y Becas

**8** | Métodos de  
pago

**9** | Programa  
Formativo

**10** | Temario

**11** | Contacto

## SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**EDUCA Business School** es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

[Ver en la web](#)



Unlock your  
**potential, online and beyond**



**QS, sello de excelencia académica**

Educa Business School: 5 estrellas en educación online

## RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**Educa Business School** se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH 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. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



[Ver en la web](#)

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web

## BY EDUCA EDTECH

Educa Business School 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 EDUCA BUSINESS SCHOOL

### 1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



### 2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



### 3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

Ver en la web

## 4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



## 5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

## 6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



[Ver en la web](#)

## 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**

**20%** Beca  
**PARA PROFESIONALES,  
SANITARIOS,  
COLEGIADOSAS**



[Solicitar información](#)

## MÉTODOS DE PAGO

---

Con la Garantía de:



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



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Ver en la web

## Máster en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante + Titulación Universitaria



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
5 ECTS

### Titulación

---

Doble Titulación: - Titulación de Master en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Planificación de Destinos Turísticos con 5 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

[Ver en la web](#)



**EDUCA 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 Educa Business School.

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

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXX.

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

Firma del Alumno/a  
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica  
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el Votado Colegiado, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio) (Resolución 10/07)

## Descripción

En la actualidad, en el mundo de la hostelería y el turismo, es muy importante conocer las diferentes promociones turísticas locales y la información al visitante. Por ello, con el presente Master en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante se trata de aportar los conocimientos necesarios para la promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales.

## Objetivos

Los objetivos que se pretenden alcanzar con este master turismo online son los siguientes: - Poner en práctica y evaluar distintas estrategias de comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno. - Analizar las aplicaciones del marketing de servicios y su importancia para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local. - Aplicar técnicas para el tratamiento de las solicitudes de información turística, quejas y reclamaciones que habitualmente se producen en centros o servicios de información turística y su resolución más adecuada. - Aplicar procedimientos de gestión de información, documentación y programas de actividades de modo que sirvan para alcanzar objetivos predeterminados. - Expresar a clientes y proveedores en inglés, mensajes orales fluidos, de complejidad media, en el ámbito del turismo, en situaciones de comunicación presencial o a distancia, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información. - Producir en inglés, documentos escritos de complejidad media, correctos gramatical y ortográficamente, necesarios para el cumplimiento eficaz de su cometido y para garantizar los acuerdos propios de su actividad, utilizando un vocabulario amplio propio de su ámbito profesional. - Comunicarse oralmente con espontaneidad con uno o varios clientes o

Ver en la web

proveedores en inglés, en la prestación de servicios turísticos.

## A quién va dirigido

---

Este Master en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante a todas aquellas personas que se dedican al mundo de la hostelería y turismo, más concretamente a la promoción turística y que pretendan obtener conocimientos relacionados con la promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales.

## Para qué te prepara

---

Este Master en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en Operaciones de Promoción Turística Local e Información al Visitante

## Salidas laborales

---

Tras finalizar la presente formación, habrás adquirido las competencias necesarias para ejercer profesionalmente en los sectores de Hostelería y Turismo.

[Ver en la web](#)

## TEMARIO

---

### PARTE 1. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y 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 2. ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Objetivos generales del servicio de información turística
2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino:
  1. - Información previa al viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero
  2. - Atención e información durante la estancia:
  3. - Atención e información directa
  4. - Información gratuita e información de pago
  5. - Coordinación con otros agentes turísticos del destino
  6. - Visitas guiadas. Tipología
  7. - Call centers
  8. - Centrales de reserva: comercialización del destino y su oferta
  9. - Puntos de auto información
  10. - Productos y servicios turísticos de destino: información y venta
  11. - Venta de ediciones turísticas y objetos de recuerdo
  12. - Fidelización de clientes y servicios post venta
  13. - Elaboración de estadísticas
  14. - Sondeo y prospección de las nuevas demandas y hábitos viajeros
3. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea
4. Tipos de Servicios o Centros de Información Turística
5. Comunicaciones internas de un Centro de Información Turística
6. Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística
  1. - Publicaciones turísticas
  2. - Internet
  3. - Puntos de auto-información
  4. - Medios de comunicación
  5. - Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información
7. Promoción de los servicios propios de un Centro de Información Turística
8. Técnicas de difusión y marketing electrónico
9. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico
10. Redes de centros y servicios de información turística

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECURSOS MATERIALES EN SERVICIOS Y CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Tipos de instalaciones:
  1. - Centros permanentes
  2. - Centros y puntos de información estacionales
2. Organización del espacio (en función del tipo de instalación): Zonas de prestación del servicio, de Consulta, de Auto información, de Trabajo Interno, de Exposición, de Almacén?)
3. Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología y las nuevas técnicas de comunicación
4. Equipamiento de las instalaciones
5. Informatización de centros y servicios de información turística
6. Centrales y sistemas automatizados de reservas
7. Ubicación y accesos a los locales
8. Señalización interna y externa
9. Uniforme y equipamiento de los trabajadores

10. Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECURSOS HUMANOS EN CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Perfiles y funciones del personal de un Servicio de Información Turística:
  1. - Información presencial y telefónica
  2. - Informadores de calle
  3. - Guías
  4. - Administradores y gestores de la web

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA

1. Tipos de documentos necesarios en un Centro o Servicio de Información Turística
2. Gestión de sugerencias, reclamaciones y quejas
3. Control estadístico
4. Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria

#### PARTE 3. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA

1. Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística
  1. - Comunicación verbal
  2. - Comunicación no verbal
2. Técnicas de protocolo e imagen personal
3. El informador como asesor de tiempo libre
  1. - Personalización de la atención y acogida
  2. - Adaptación de la información a los tiempos de estancia y consumo
  3. - Adaptación de la información a las expectativas de viaje
4. Tipologías de clientes:
  1. - Visitantes (turistas y excursionistas)
  2. - Clientes internos (oferta del destino y población local)
  3. - Gestión de tiempos de atención, gestión de colas y gestión de crisis
5. Medios de respuesta:
  1. - Atención de solicitudes de información no presenciales: gestión de correo postal, e-mail y otras fórmulas derivadas de las tecnologías de la información
  2. - Atención telefónica
  3. - Gestión del sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones
  4. - Obtención de datos de interés para el servicio y estadísticas turísticas
6. Legislación en materia de protección al usuario

#### PARTE 4. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

##### 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 5. 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

#### PARTE 6. PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PLANIFICACIÓN EN LAS EMPRESAS Y ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

1. La planificación en el proceso de administración
2. Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos
3. Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios
4. Revisión periódica de los planes en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas empresas

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIOS EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

1. La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control

2. Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas
3. Definición de ciclo presupuestario
4. Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turísticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRUCTURA FINANCIERA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS

1. Identificación y caracterización de fuentes de financiación
2. Relación óptima entre recursos propios y ajenos
3. Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico
4. Aplicaciones informáticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EVALUACIÓN DE COSTES, PRODUCTIVIDAD Y ANÁLISIS ECONÓMICO PARA AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS

1. Estructura de la cuenta de resultados en las agencias de viajes y distribuidores turísticos
2. Tipos y cálculo de costes empresariales específicos
3. Aplicación de métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos y atenciones a clientes de servicios turísticos
4. Cálculo y análisis de niveles de productividad y de puntos muertos de explotación o umbrales de rentabilidad, utilizando herramientas informáticas
5. Identificación de parámetros establecidos para evaluar: Ratios y porcentajes
6. Márgenes de beneficio y rentabilidad

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ORGANIZACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES, OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS Y ENTIDADES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de agencias de viajes y entidades de información turística
2. Tipología y clasificación de estas entidades
3. Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales
4. Patrones básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución y entidades de información turísticas: ventajas e inconvenientes
5. Estructuras y relaciones departamentales y externas características de estas entidades
6. Diferenciación de los objetivos de cada departamento o unidad y distribución de funciones
7. Circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales
8. Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FUNCIÓN DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

1. Definición y objetivos
2. Relación con la función de organización
3. Programas de formación para personal dependiente: análisis, comparación y propuestas

razonadas

4. Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA DIRECCIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

1. La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones
2. Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones
3. Solución de problemas y toma de decisiones
4. La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones
5. Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo
6. La motivación en el entorno laboral

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

1. Tipos y comparación
2. Programas a medida y oferta estándar del mercado
3. Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas

#### PARTE 7. 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

Ver en la web

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

[Ver en la web](#)

## 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](mailto:formacion@euroinnova.com)

 [www.euroinnova.com](http://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

