



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Máster MBA en Administración y Dirección de Empresas de Turismo + Titulación Universitaria



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 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | 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](#)

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



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



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.

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.

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.



Máster MBA en Administración y Dirección de Empresas de Turismo + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
8 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master MBA en Administración y Dirección de Empresas de Turismo 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 Coordinador de Equipos de Trabajo con 200 horas y 8 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.

[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 XXXXXXXXXXXXX.

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 Sello de Calidad, Categoría Superior del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan: Procedimiento 1005)

Descripción

Si trabaja en el sector turístico o tiene interés en formar parte de él este es su momento, con el Master MBA en Administración y Dirección de Empresas de Turismo podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función con éxito. El turismo es uno de los pilares fundamentales de cualquier economía, por ello es importante conocer sus características y las formas de optimizarlo para sacar su mayor rendimiento. Gracias a la realización de este Master Conocerá las técnicas generales de la gestión de empresas, prestando atención a aspectos fiscales, laborales y contables, además de especializarse en temas como el marketing turístico.

Objetivos

- Analizar la evolución del concepto de turismo, identificando los elementos que componen el sistema turístico.
- Analizar el mercado turístico identificando los destinos turísticos nacionales e internacionales más relevantes.
- Aplicar el marketing en el mercado turístico.
- Realizar un plan de marketing en el ámbito del turismo.
- Comunicarse oralmente con espontaneidad con uno o varios clientes o proveedores en inglés, en la prestación de servicios turísticos.
- Presentar los fundamentos del Derecho Laboral como marco de la actividad profesional.
- Aportar al alumno de un modo rápido y sencillo todos aquellos conocimientos sobre el funcionamiento y obligaciones formales de una empresa en el ámbito contable.
- Hacer uso de las nuevas tecnologías para gestionar el departamento de recursos humanos en la empresa.
- Aportar al alumno de un modo rápido y sencillo todas aquellas competencias necesarias para

Ver en la web

llevar la gestión fiscal de cualquier tipo de empresa.

Para qué te prepara

El Master MBA en Administración y Dirección de Empresas de Turismo está dirigido a todos aquellos profesionales del sector del turismo que quieran especializarse en la función de dirección, así como a personas interesadas en formar parte de este entorno.

A quién va dirigido

Este Master MBA en Administración y Dirección de Empresas de Turismo le prepara para para conocer a fondo el sector del turismo en relación con las técnicas existentes del marketing, así como a abarcar diferentes aspectos propios de la administración de empresas de este sector.

Salidas laborales

Hostelería y Turismo

TEMARIO

PARTE 1. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones
2. Liderazgo
3. Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción
2. Utilidad del Plan de Empresa
3. La introducción del Plan de Empresa
4. Descripción del negocio. Productos o servicios
5. Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing
2. Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructura
2. Recursos Humanos
3. Plan Financiero
4. Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto
5. Estructura legal. Forma jurídica

PARTE 2. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Introducción
2. Concepto de planificación de Recursos Humanos
3. Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
4. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes
7. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1. Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2. Marketing de la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación externa
6. Cultura empresarial o corporativa
7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo

MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

1. El contrato de trabajo: capacidad, forma, período de prueba, duración y sujetos
2. Tiempo de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
2. Contratos de trabajo de duración indefinida
3. Contratos de trabajo temporales
4. Contrato formativo para la obtención de la práctica profesional
5. Contrato de formación en alternancia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL. RÉGIMEN GENERAL

1. Introducción. El Sistema de Seguridad Social
2. Regímenes de la Seguridad Social
3. Régimen General de la Seguridad Social. Altas y Bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS Y COTIZACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

1. El Salario: elementos, abono, SMI, pagas extraordinarias, recibo y garantía
2. Cotización a la Seguridad Social
3. Retención por IRPF
4. Relación de ejercicios resueltos: Bases y tipos de contingencias

PARTE 3. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1. Introducción a la contabilidad
2. La dualidad de la contabilidad

3. Valoración contable
4. Anotación contable
5. Los estados contables
6. El patrimonio de la empresa
7. Normativa: Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

1. Planteamiento caso práctico
2. Balance de situación inicial
3. Registro de las operaciones del ejercicio
4. Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
5. Balance de sumas y saldos
6. Cálculo del resultado: beneficio o pérdida
7. Asiento de cierre de la contabilidad
8. Cuentas anuales
9. Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

1. Principios de la contabilidad
2. Valoración de la contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

1. Diferenciación de pagos y cobros
2. Diferenciación de gastos e ingresos
3. Cuentas del grupo 6 y 7
4. Cálculo del resultado contable
5. Contabilización de los gastos
6. Contabilización de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

1. Definición del inmovilizado
2. Integrantes del inmovilizado material
3. Integrantes del inmovilizado intangible
4. Contabilización del inmovilizado
5. Amortización y deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

1. Definición de operaciones de tráfico y clasificación
2. Contabilizar operaciones con clientes y deudores
3. Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores
4. Débitos por operaciones no comerciales

MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. Introducción
2. El trabajo
3. La salud
4. Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5. La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES

1. Introducción
2. Riesgos ligados a las condiciones de seguridad
3. Riesgos higiénicos
4. Riesgos ergonómicos
5. Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
6. El acoso psicológico en el trabajo
7. El estrés laboral

PARTE 4. ADMINISTRACIÓN FISCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

1. El Tributo
2. Hecho imponible
3. Sujeto pasivo
4. Determinación de la deuda tributaria
5. Contenido de la deuda tributaria
6. Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

1. Introducción
2. Elementos del impuesto
3. Rendimientos del trabajo
4. Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

1. Rendimientos de capital inmobiliario
2. Rendimientos de capital mobiliario
3. Ganancias y pérdidas patrimoniales
4. Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
5. Liquidación del impuesto
6. Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

1. Naturaleza del impuesto
2. Hecho imponible
3. Operaciones no sujetas y operaciones exentas
4. Lugar de realización del hecho imponible
5. Devengo del impuesto

6. Sujetos pasivos
7. Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
8. Base imponible
9. Tipos de Gravamen
10. Deducción del impuesto
11. Gestión del Impuesto
12. Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

1. Naturaleza y ámbito de aplicación
2. Hecho imponible
3. Sujeto Pasivo
4. Base imponible
5. Periodo impositivo y devengo del impuesto
6. Tipo impositivo
7. Bonificaciones y Deducciones
8. Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión
9. Régimen especial de las fusiones y escisiones
10. Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
11. Otros regímenes especiales
12. Gestión del impuesto

PARTE 5. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN RECURSOS HUMANOS

MÓDULO 1. TEORÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE E-LEARNING PARA APOYAR LA FORMACIÓN.

1. Introducción.
2. Internet como forma de enseñar y aprender.
3. Marco teórico.
4. Ventajas del e-learning en la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO.

1. Introducción.
2. Objetivos
3. Criterio para el desempeño de la gestión.
4. Medidas.
5. Elección del evaluado y del evaluador.
6. Momento adecuado.
7. Logística.
8. Comunicación.
9. Seguimiento.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.

1. Arquitecturas en la gestión del conocimiento.
2. Funcionalidades.

3. Herramientas de búsqueda de información.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NNTT APLICADAS A LA METODOLOGÍA DE ORIENTACIÓN Y FORMACIÓN INDIVIDUALIZADA PARA EJECUTIVOS Y PROFESIONALES

1. ¿Qué es el coaching?
2. Un poco de historia.
3. "Lo que el pensamiento pueda configurar el hombre puede alcanzar".
4. Concepto de coaching.
5. Life coach o coach personal.
6. Cuadro de cualidades y habilidades de un coach.
7. Metodología del coaching.
8. Preguntas frecuentes sobre el coaching.
9. ¿Cómo trabaja y qué espera de su cliente?
10. Para los futuros coaches.
11. ¿Qué beneficios tendrías si fueras un coach?

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INTRANET COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA (I).

1. Operativa en las empresas.
2. Intranet.
3. Las ventajas al implementar intranet.
4. Aplicaciones concretas de intranet.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INTRANET COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA (II).

1. Justificaciones de una Intranet.
2. Los Mitos Generados sobre Intranet.
3. ¿Qué necesitamos para tener una Intranet?
4. Estructura Organizacional.
5. Intercambio de información a nivel Interno.
6. Intercambio de información a nivel Externo.
7. Barreras en el Intercambio de Información.
8. Recursos Disponibles.
9. Definición de Objetivos Generales.
10. Definición de Objetivos Puntuales.
11. Infraestructura en Sistemas de la Organización.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TECNOLOGÍAS APLICADAS AL DESARROLLO DEL TALENTO.

1. ¿Qué es la administración del talento humano?
2. Definición de recursos y talento humano.
3. ¿Por qué la administración del talento humano es importante?
4. Desarrollo de una filosofía del talento humano.
5. Formación y desarrollo del talento humano.
6. Enfoque de diagnóstico a la formación.
7. Estimación de las necesidades de formación.
8. Selección y diseño de los programas de formación.
9. Elección del contenido de la formación.

10. Elección de los métodos para impartir información.
11. La motivación.
12. Expectativas del proceso de motivación.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS EFICIENTES EN INTERNET PARA LA SELECCIÓN DE PERSONAL.

1. Introducción.
2. Usar Internet en la selección de personal.

MÓDULO 2. CURSO MULTIMEDIA Nominaplus

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 tour-operadores.
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. MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
 1. - Clasificación de la demanda
 2. - Demanda turística internacional y nacional
3. Pautas para investigar la demanda viajera
 1. - Fuentes y técnicas de recogida de información
 2. - Factores que determinan la evolución de la demanda turística
 3. - Parámetros básicos de la investigación
4. Segmentación de la demanda turística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
 1. - Proceso de marketing
 2. - Marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
 1. - Investigación turística
 2. - Segmentación del mercado
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones
 1. - Técnicas de motivación
 2. - Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
 1. - Las funciones del director de marketing
 2. - Dirección y plan de marketing
3. El director de marketing como estratega
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
 1. - La misión y la cultura de la empresa
 2. - La elaboración del plan
3. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
 1. - Análisis de la situación
 2. - Diagnóstico de la situación
 3. - Definición de los objetivos
 4. - Estrategias
 5. - Planes de acción y presupuestos
 6. - Control del plan
5. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Marketing del producto turístico

2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
 1. - Competencia comercial
 2. - Precios y condiciones comerciales
3. Distribución del producto
4. Imagen y publicidad
 1. - Imagen de la Agencia de Viajes
 2. - Publicidad de la Agencia de Viajes
5. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
 1. - E-Comunicación
 2. - E-mail marketing
5. La comunicación de destinos turísticos

PARTE 8. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESTACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN INGLÉS.

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

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

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

PARTE 9. COORDINACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO, LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN

1. Proceso directivo
2. El liderazgo
3. La motivación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EQUIPO EN LA ORGANIZACIÓN ACTUAL

1. Introducción
 1. - ¿Identificación o compromiso en las organizaciones?
 2. - El compromiso de los empleados con la organización
 3. - Valores de la empresa y valores individuales
2. Técnicas para el fomento de la iniciativa y la proactividad
 1. - Habilidades sociales de especial interés en el ámbito laboral social
 2. - Principales claves para convertirse en un trabajador proactivo
 3. - Habilidades que deben entrenarse

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO

1. Funciones esenciales del líder
 1. - Funciones complementarias del líder
2. Trabajo en equipo y equipos de trabajo. Aproximación y diferencias
 1. - Tipos de equipos
 2. - Los roles en el equipo de trabajo
3. Ventajas del trabajo en equipo
 1. - Suma e intercambio de conocimientos
 2. - Cooperación y colaboración en la tarea
 3. - Sinergia para la consecución de objetivos y metas
4. Técnicas y habilidades personales y sociales necesarias para el trabajo en equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO

1. Nuevas formas de trabajo colaborativo
2. Gestión eficiente del equipo humano
3. El responsable de RR. HH. como motivador del equipo
4. Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS DINÁMICAS DE GRUPO

1. Dinámica de grupos: introducción
2. Tipos de grupo
3. Principios de cohesión
 1. - La cohesión en el grupo
 2. - Roles que favorecen y entorpecen la cohesión grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CLASIFICACIÓN DE LAS DINÁMICAS DE GRUPO

1. Técnicas de grupo: definición
 1. - Elección de la técnica más adecuada
 2. - Clasificación
2. Técnicas de presentación
3. Técnicas de conocimiento y confianza

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MOTIVACIÓN Y GESTIÓN DE EQUIPOS

1. La motivación en el trabajo
 1. - Cuestiones previas
 2. - Factores que determinan la motivación laboral
 3. - Tipos de motivación fundamentales
 4. - ¿Por qué trabajan las personas?
 5. - ¿Crees que la satisfacción de las personas trabajadoras es un fin en sí mismo?
 6. - Reconocimientos y recompensas que encontramos en el trabajo
2. La retribución
 1. - Factores y condiciones
 2. - Recompensas tangibles e intangibles
 3. - Modelo de equidad de S. Adams
 4. - Introducción
 5. - La potenciación
 6. - Funciones y términos complementarios
 7. - Tipos de formación permanente
 8. - Cuestiones a tener en cuenta en la investigación empresarial de necesidades formativas
 9. - El papel del directivo en la motivación formativa
3. Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS

1. Introducción
2. Objetivos
3. Mapa Conceptual
4. Habilidades sociales y de comunicación
5. ¿Cuáles son las habilidades sociales y de comunicación?
6. Cómo se desarrollan las habilidades sociales

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Teléfonos 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

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

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

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web

