



MASTER EN TURISMO

ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS (100 HORAS) 4 ECTS

UD1. La Distribución Turística.

- 1.1. Concepto de distribución de servicios.
- 1.2. Las agencias de viajes. (AA.VV.).
- 1.3. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
- 1.4. Las centrales de reservas.
- 1.5. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
- 1.6. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
- 1.7. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

UD2. La Venta de Alojamiento.

- 2.1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes.
- 2.2. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento.
- 2.3. Reservas directas e indirectas.
- 2.4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
- 2.5. Bonos de alojamiento.
- 2.6. Principales proveedores de alojamiento.

UD3. La Venta de Transporte.

- 3.1. El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y Tour-operadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte aéreo regular.
- 3.2. El transporte aéreo chárter. Compañías aéreas chárter y brókers aéreos. Tipos de operaciones chárter. Relaciones. Tarifas.
- 3.3. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.

- 3.4. El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular.
- 3.5. El transporte marítimo chárter. Compañías marítimas chárter. Relaciones. Tarifas.

UD4. La Venta de Viajes Combinados.

- 4.1. El producto turístico integrado.
- 4.2. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
- 4.3. Procedimientos de reservas.
- 4.4. Principales tour-operadores nacionales e internacionales.

UD5. La Venta de Viajes Combinados.

- 5.1. La venta de autos de alquiler.
- 5.2. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
- 5.3. La venta de excursiones.
- 5.4. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
- 5.5. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
- 5.6. Aplicación de cargos por gestión.

UD6. El Marketing y la Promoción de Ventas en las Entidades de Distribución Turística.

- 6.1. Concepto de Marketing.
- 6.2. Segmentación del mercado.
- 6.3. El Marketing "Mix".
- 6.4. El plan de marketing.
- 6.5. Marketing directo.
- 6.6. Planes de promoción de ventas.
- 6.7. El merchandising.

UD7. Internet como Canal de Distribución Turística.

- 7.1. Las agencias de viajes virtuales.
- 7.2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B B2C B2A).
- 7.3. Utilidades de los sistemas online.
- 7.4. Modelos de distribución turística a través de Internet.
- 7.5. Servidores online.
- 7.6. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line.

UD8. Páginas Web de Distribución Turística y Portales Turísticos.

- 8.1. El internauta como turista potencial y real.
- 8.2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística.
- 8.3. Medios de pago en Internet.
- 8.4. Conflictos y reclamaciones online de clientes.

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y OPERACIONES EN EMPRESAS TURÍSTICAS (300 HORAS) 12 ECTS

Fundamentos de Estrategia

UD1.Competitividad y management estratégico

1. Introducción
- 1.1 Adaptación permanente
- 1.2 Ventajas competitivas
2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas
- 2.1. Origen de las ventajas competitivas
3. Estrategias de generación de valor añadido
4. El pensamiento estratégico y el management estratégico
- 4.1. Las aptitudes para el management estratégico
5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo
6. Previsión, prospectiva y método de escenarios
- 6.1. Métodos de previsión
- 6.2. Métodos de prospectiva
7. El análisis estratégico D.A.F.O.
- 7.1 Otras herramientas de análisis estratégico
8. La estrategia y sus componentes como origen del sistema de objetivos de la empresa
- 8.1. El ámbito (scope) y campo de actividad
- 8.2. Las capacidades distintivas
- 8.3. Las ventajas competitivas
- 8.4. La sinergia

UD2.Organización y estructuras estratégicas

1. Misión de una empresa
2. Visión de una empresa
3. Valores de una empresa
1. Cultura de la empresa y estrategia.
2. Decisiones estratégicas.
3. Toma de decisiones estratégicas.
4. Niveles de planificación y decisión estratégica: Corporativa, de negocio y funcional.
5. Unidades estratégicas de negocio

UD3.Análisis del entorno general y del entorno específico

1. Entorno competitivo general y específico.
- 1.1.1 Niveles del entorno.
- 1.1.2 Entorno específico.
- 1.1.3 Elementos que pueden afectar al entorno.
2. Análisis de fuerzas en el entorno competitivo.
3. Amenazas provenientes de los competidores.
4. Poder de negociación.

UD4.Diagnóstico Interno y diagnóstico estratégico

1. Análisis funcional
2. Perfil estratégico de la empresa

- 2.1 Modelo Canvas
- 3. Cadena de valor.
- 4. Diagnóstico estratégico.
- 5. Modelos de matrices.

UD5. Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial

- 1. Estrategias competitivas.
 - 1.1 Tipos de estrategias genéricas.
 - 1.2 Riesgos en la implementación.
 - 1.3 Riesgos de la estrategia de los costes más bajos.
 - 1.4 Riesgos de la estrategia de diferenciación.
 - 1.5 Riesgos de la estrategia de especialización.
- 2. Formas de crecimiento empresarial.
- 3. Integración y diversificación.
- 4. Estrategias de Internacionalización y globalización de la empresa.
- 5. Alianzas estratégicas.

UD6. Herramientas estratégicas de gestión

- 1. Benchmarking.
 - 1.1.1 Objetivos del benchmarking
 - 1.1.2 Tipos de benchmarking
 - 1.1.3 Fases del benchmarking
 - 1.1.4 Como herramienta de desarrollo
 - 1.1.5 Beneficios del benchmarking en la organización
 - 1.1.6 Benchmarking digital
 - 1.1.7 Conclusiones
- 2. Calidad total y mejora continua.
 - 2.1 Los costes de la calidad
 - 2.2 Mejora continua
 - 2.3 Grupos de mejora
 - 2.3.1 ¿Qué es un grupo de mejora?
 - 2.3.2. Utilidad de los grupos de mejora
 - 2.3.3 Claves del éxito
- 3. Gestión de la innovación y el conocimiento.
 - 3.1. Innovación de ruptura
 - 3.2. La innovación incremental
 - 3.3. ¿Qué hace innovadora a una empresa?
 - 3.4. Las personas en la innovación
 - 3.5. Factores que favorecen la innovación
- 4. El papel de las Nuevas Tecnologías en los cambios de la gestión
 - 4.1. Efectos de las NTI
 - 4.2. Desaparecen las herramientas tradicionales de comunicación
 - 4.3 La gestión del conocimiento en la organización

Dirección de Operaciones

UD1. Estrategias de producto y de proceso

- 1. Introducción
 - 1.1. Productividad
 - 1.2. Decisiones estratégicas y tácticas

- 2. Estrategia de producto
 - 2.1. Selección del producto
 - 2.2. Desarrollo del producto
 - 2.3. Definición y documentación
 - 2.4. Transición a la producción
- 3. Estrategia de procesos
 - 3.1. Producción ajustada
 - 3.2. Capacidad
 - 3.3. Análisis de equilibrio
 - 3.4. Inversiones

UD2.Herramientas para la Dirección de Operaciones y disponibilidades tecnológicas

- 1. Toma de decisiones
- 2. Estadística
- 3. Disponibilidad tecnológicas
 - 3.1. CAD/CAM
 - 3.2. Control numérico
 - 3.3. Robots
 - 3.4. Almacenamiento automatizado y vehículos auto guiados
 - 3.5. Sistemas flexibles y fabricación integrada por ordenador
 - 3.6. Tecnología en los servicios
 - 3.7. Procesado del transacciones
 - 3.8. Información opera la dirección y soporte de decisiones
 - 3.9. Inteligencia artificial

UD3.Tipos de layout

- 1. Introducción
- 2. Layout de posición fija
- 3. Layout orientado a proceso
- 4. Layout orientado a producto
- 5. Layout de oficinas
- 6. Layout de comercios
- 7. Layout de almacenes

UD4.Líneas de espera o teoría de colas

- 1. Costes en las colas
- 2. Características de las llegadas
- 3. Características de las líneas de espera
- 4. Características del dispositivo de servicios
- 5. Medida del funcionamiento de las colas
- 6. Modelos de cola
 - 6.1. Líneas de espera de servidor único
 - 6.2. Colas multicanal
 - 6.3. Sistemas con tiempo de servicio constante
 - 6.4. Población limitada

UD5.Localización

- 1. Introducción
- 2. Factores de la localización

- 2.1. Productividad de la mano de obra
- 2.2. Costes
- 2.3. Tipos de cambio
- 2.4. Entorno y regulaciones
- 3. Evaluación de alternativas para la localización
 - 3.1. Método de factores ponderados
 - 3.2. Análisis del punto muerto de localización
 - 3.3. Método del centro de gravedad
- 4. Localización en el sector servicios
- 5. Modelo de transporte
- 6. Método del rincón noroeste
- 7. Algoritmo de stepping-stone o “paso a paso”
- 8. Algoritmo de distribución modificada
- 9. Análisis de localización de instalaciones

UD6.Introducción al concepto de calidad

- 1. Introducción
- 2. Gestión de calidad total
- 3. Herramientas de calidad total
- 4. Herramientas estadísticas
 - 4.2. Control estadístico de procesos (SQC)
 - 4.3. Muestreos de aceptación

UD7.La gestión de los recursos humanos en la producción

- 1. La estrategia de recursos humanos
- 2. Planificación de la mano de obra
- 3. Diseño de trabajos
 - 3.1.Especialización
 - 3.2.Job-enrichment
 - 3.3.Componentes psicológicos del trabajo
 - 3.4.Ergonomía y métodos
- 4. Estándares y medición de tiempos
 - 4.1.Experiencia histórica
 - 4.2.Estudio de tiempos
 - 4.3.Tiempos estándares predeterminados
 - 4.4.Muestreo del trabajo

Internacionalización

UD1. Gestión empresarial para la internacionalización. Análisis del entorno económico.

- 1. Gestión empresarial para la internacionalización
 - 1.1. Dirección estratégica. Planificación. Diagnóstico
- 2. Análisis del entorno económico
 - 2.1. El entorno económico
 - 2.2. Barreras en el comercio internacional
 - 2.3. Riesgos en el comercio internacional

UD2. Marketing Internacional

- 1. Introducción

2. El plan de marketing internacional
- 2.1. Análisis DAFO
- 2.2. Elección de los criterios de selección de mercados
- 2.3. La selección de mercados: investigación y elección
3. Formas de acceso a los mercados internacionales
4. Marketing mix internacional

UD3. Contratación, documentación y negociación internacional

1. Introducción
2. La contratación internacional
- 2.1. Características de los contratos internacionales
- 2.2. Etapas
- 2.3. Elementos de un contrato
- 2.4. Tipos de contratos internacionales
3. Documentos y herramientas en el comercio internacional
- 3.1. Documentos importantes en el comercio internacional
4. La negociación internacional
- 4.1. Divergencias en la forma de comunicarnos
- 4.2. El desarrollo de la negociación

UD4. INCOTERMS y código aduanero

1. Introducción
2. INCOTERMS
- 2.1. Cláusulas INCOTERMS
- 2.2. Clasificación de INCOTERMS
- 2.3. Consideraciones acerca de los INCOTERMS
- 2.4. Cómo se construye el precio en la oferta internacional
3. Aduanas, códigos y regímenes aduaneros
- 3.1. Aranceles
- 3.2. Sistema armonizado
- 3.3. Nomenclatura combinada
- 3.4. TARIC
- 3.5. Valor de la mercancía en aduana a efectos arancelarios

UD5. Transporte internacional

1. Introducción
2. Transporte internacional
- 2.1. Tipos de transportes y características
- 2.2. Elección del medio de transporte

UD6. Financiación internacional. Mercado de divisas y medios de cobros y pagos

1. Introducción
2. Riesgo de cambio
- 2.1. El seguro de cambio
- 2.2. Opciones sobre divisas
3. Financiación de operaciones financieras
- 3.1. Financiación de las importaciones
- 3.2. Financiación de las exportaciones
4. Medios de cobro y pago internacionales

- 4.1. Medios simples
- 4.2. Medios documentarios
- 4.3. Seguro de impago. Riesgo-país

Gestión de la Restauración

UD1.Servicios y organización en restauración

- 1. Concepto de restauración y clasificación de empresas de restauración
 - 1.1. Clasificación de los establecimientos de acuerdo con sus procesos básicos.
 - 1.2. Clasificación de los establecimientos de acuerdo con sus ofertas
 - 1.3. Clasificación de los establecimientos de acuerdo con su clientela.
- 2. Implantación de los servicios de restauración
- 3. Gestión del servicio de restauración
- 4. El restaurante y la cafetería
 - 4.1. Definición
 - 4.2. División por zonas
 - 4.3. Mobiliario y decoración
 - 4.4. Organigrama
 - 4.5. Servicio de bar

UD2.La oferta en restauración

- 1. La oferta en restauración
 - 1.1. Menú
 - 1.2. La carta
 - 1.3. Sugerencias o recomendaciones
 - 1.4. Menú para banquetes
 - 1.5. Menú bufé
- 2. La oferta vinícola
 - 2.1. Tipos de vinos
 - 2.2. Denominaciones de origen
 - 2.3. La carta de vinos

UD3.Planificación de los servicios de restauración

- 1. Consideraciones generales
- 2. Diseño y elaboración de la carta
- 3. Planificación del menú
- 4. Mise en place
 - 4.1. Planificación de los servicios de desayuno
 - 4.2. Planificación de los servicios de almuerzo y cena
 - 4.3. Planificación de banquetes
- 5. La reserva
- 6. Distribución del trabajo y reparto de tareas

UD4.El control de ingresos y gastos en restauración

- 1. Los costes en la restauración. Concepto, tipos y control de los mismos
- 2. Determinación de los costes
 - 2.1. Determinación del coste de un plato
 - 2.2. Determinación del coste de un banquete
 - 2.3. Determinación del consumo de comida y bebida

3. Escandallo o rendimiento de un producto
4. Fijación del precio de venta
- 4.1. Principio de Omnes.
- 4.2. Precios en función del ciclo de vida.
- 4.3. El uso de los números.
5. Gestión y control de comidas y bebidas
6. El control de ingresos
- 6.1. Menuengineering
- 6.2. El control de ingresos
7. Métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos.
8. Métodos de reducción en costes en las distintas actividades y fases del proceso de producción
9. Análisis de niveles de productividad en estos establecimientos.
10. El futuro de la restauración
- 10.1. La restauración 4.0.

Gestión Hotelera

UD1.La industria hotelera

1. Introducción
2. Características de la industria hotelera
3. Tipología y clasificación
- 3.1. Clasificación según la categoría
- 3.2. Clasificación según sus características generales, su oferta y tipo de cliente.
- 3.3. Clasificación según Normativa.
4. Explotación de las empresas de alojamiento.
5. Estructuras de organización.
6. Distribución general de un hotel.
7. Situación actual del sector

UD2.Departamento operacional del hotel. Recepción

1. Introducción a los departamentos de un hotel
2. El departamento de Alojamiento.
3. Subdepartamentos de Recepción
- 3.1.Subdepartamento de Mostrador
- 3.1.1. El proceso de la recepción
- 3.2.Subdepartamentos de Facturación y Caja
- 3.3.Sudepartamento de Reservas
- 3.3.1. La reserva
- 3.3.2. Principales funciones del subdepartamento de reservas
- 3.3.3. Factores a tener en cuenta para realizar una reserva
- 3.3.4. El proceso de reserva
- 3.3.5. Documentos utilizados en la reserva
- 3.3.6. Procesos de reservas de contingentes o grupos
4. Funciones del director en el proceso de control
5. Esquema de las funciones realizadas por el departamento de alojamiento

UD3.Departamento operacional del hotel. Restauración y cocina

1. Introducción
2. La cocina
 - 2.1. La organización en la cocina
 - 2.2. La ordenación de los recursos materiales y humanos de la cocina
 - 2.3. La planificación de trabajo en la cocina
 - 2.4. Organigrama
3. Restaurante-comedor
4. El bar en el hotel
 - 4.1. Clasificación de bares
 - 4.2. Preparación y desarrollo del servicio
 - 4.3. La oferta del bar
 - 4.4. Elementos de control
 - 4.5. Coordinación con otros departamentos
5. Servicio de habitaciones y minibar
 - 5.1. Organización del servicio de habitaciones
 - 5.2. Preparación y desarrollo del servicio
 - 5.3. Carta del servicio de habitaciones
 - 5.4. El minibar

UD4. Departamentos operacionales del hotel. Consejería, Comunicaciones y Pisos

1. La conserjería de un hotel
 - 1.1. Organización
 - 1.2. Funciones de conserjería
2. La comunicación en el hotel
 - 2.1. Teléfonos
 - 2.2. Télex (teletipo) y fax
 - 2.3. Buscapersonas y walkie-talkie
 - 2.4. Megafonía
3. Pisos
 - 3.1. Secciones del subdepartamento de pisos
 - 3.2. Relaciones interdepartamentales
 - 3.3. Planificación del departamento
 - 3.4. Procedimientos operacionales
 - 3.5. La sección de Habitaciones
 - 3.6. Funciones de la gobernanta
 - 3.7. Tipos de limpieza en las habitaciones
 - 3.8. Inspección y mantenimiento de habitaciones

UD5. Departamentos staff del hotel

1. Servicios auxiliares
 - 1.1. Zonas donde realizar el mantenimiento
 - 1.2. Tipos de mantenimiento: preventivo y correctivo
 - 1.3. El control de mantenimiento y sus elementos administrativos
 - 1.4. Planificación de mantenimiento y análisis de resultados
2. Lencería y Lavandería
 - 2.1. Lencería
 - 2.2. Lavandería
 - 2.3. Organigrama y funciones del personal
 - 2.4. Organización del trabajo

- 2.5. Coordinación interdepartamental y elementos administrativos de control
- 3. Compras y almacén
- 3.1. Política de compras
- 3.2. Proveedores
- 3.3. El pedido
- 3.4. La planificación de trabajo
- 3.5. Control de Econmato y Bodega. El inventario
- 3.6. Almacenaje de mercancías y métodos de valoración
- 4. Revenue Management.

INGLÉS PARA HOSTELERÍA (75 HORAS) 3 ECTS

UD1. Receiving clients, welcoming and seating / Recibir, dar la bienvenida y situar a nuestros clientes.

- 1.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 1.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 1.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 1.4. Exercises Unit 1 / Ejercicios Tema 1.

UD2. Presenting information, advising and recommending/ Presentar información, aconsejar y recomendar.

- 2.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 2.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 2.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 2.4. Exercises Unit 2 / Ejercicios Tema 2.

UD3. Explaining and instructing: explaining dishes and drinks / Explicaciones e instrucciones: preparación de platos y bebidas.

- 3.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 3.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 3.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 3.4. Exercises Unit 3 / Ejercicios Tema 3.

UD4. Taking orders / Tomar la comanda aperitifs / aperitivos.

- 4.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 4.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 4.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 4.4. Exercises Unit 4 / Ejercicios Tema 4.

UD5. Taking orders / Tomar la comanda starters / entradas.

- 5.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 5.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 5.3. Practice in context / Práctica en su contexto.
- 5.4. Exercises Unit 5 / Ejercicios Tema 5.

UD6. Taking orders / Tomar la comanda main courses / platos principales.

- 6.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 6.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 6.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 6.4. Exercises Unit 6 / Ejercicios Tema 6.

UD7. Taking orders / Tomar la comanda desserts / postres.

- 7.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 7.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 7.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 7.4. Exercises Unit 7 / Ejercicios Tema 7.

UD8. Taking orders / Tomar la comanda table drinks / bebidas.

- 8.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 8.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 8.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 8.4. Exercises unit 8 / Ejercicios Tema 8.

UD9. Money matters / El cobro y el pago.

- 9.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 9.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 9.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 9.4. Exercises Unit 9 / Ejercicios Tema 9.

UD10. Farewells-customers are leaving / despedidas.

- 10.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 10.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 10.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 10.4. Exercises unit 10 / Ejercicios Tema 10.

UD11. Taking phone calls. Reservations / recibir llamadas telefónicas. Reservas.

- 11.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 11.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 11.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 11.4. Exercises unit 11 / Ejercicios Tema 11.

UD12. Giving directions: indoors and outside. / direcciones: en el interior y en el exterior del establecimiento.

- 12.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 12.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 12.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 12.4. Exercises unit 12 / Ejercicios Tema 12.

UD13. Menus, leaflets, letters and faxes / menús, folletos, cartas y faxes.

- 13.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 13.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 13.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 13.4. Exercises Unit 13 / Ejercicios Tema 13.

UD14. Complaints and apologies / Reclamaciones y disculpas.

- 14.1. Useful expressions and vocabulary / Vocabulario y expresiones útiles.
- 14.2. Grammar points / Puntos gramaticales.
- 14.3. Practice in context / Práctica en su Contexto.
- 14.4. Exercises Unit 14 / Ejercicios Tema 14.

GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS (50 HORAS) 2 ECTS

UD1. Introducción a los destinos turísticos

- 1. Concepto, naturaleza y tipología de destino turístico
- 2. Estudio de los destinos turísticos
 - 2.1. Análisis externo
 - 2.2. Análisis interno
 - 2.3. Interacción de los recursos en el destino
- 3. Proceso de desarrollo de los recursos turísticos
- 4. Análisis DAFO
- 5. La matriz de crecimiento y participación del Boston Consulting Group

UD2. Planificación de destinos turísticos

- 1. Inversiones en turismo
- 2. Planificación de acontecimientos turísticos
- 3. Mercados turísticos
 - 3.1. Identificación de mercados
 - 3.2. Control y seguimiento del mercado
- 4. Ciclo de vida de los destinos turísticos

5. Relación entre medios de comunicación y creación de imagen del destino turístico
6. Gestión sostenible de los destinos turísticos
 - 6.1. Desarrollo de la sostenibilidad
 - 6.2. Importancia del turismo sostenible como factor en el desarrollo de un destino

UD3. Gestión de destinos turísticos

1. Plan de gestión de un destino: Modelo VICE
2. Gestión de la calidad integral
 - 2.1. El sistema Europeo de Gestión de Calidad en Destinos Turísticos
 - 2.2. El plan de calidad de un destino turístico
 - 2.3. El modelo de gestión integral de la calidad de un destino
3. Gestión de destinos turísticos competitivos.
4. Gestión de los servicios de información
 - 4.1. Las oficinas de información turística
 - 4.2. La calidad de los puntos de información
5. Acogida del turista

UD4. El Marketing del destino

1. La transformación de los destinos
 - 1.1. Destinos inteligentes: importancia de las Smart Cities
 - 1.2. Destinos colaborativos (P2P).
2. EL marketing estratégico del destino
 - 2.1. El posicionamiento del destino turístico
 - 2.2. Estrategias de creación de imagen del destino
3. La comunicación turística 2.0.
 - 3.1. Claves para llegar al turista actual
 - 3.2. El plan de comunicación 2.0 del destino: El Storytelling
4. La estrategia del Inbound Marketing
 - 4.1. El marketing de contenidos
5. La estrategia de Redes Sociales del destino