EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Postgrado de Agente de Desarrollo Turístico + Titulación Universitaria

Información gratis Postgrado de Agente de Desarrollo Turístico + Titulación Universitaria

Titulación certificada por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

Postgrado de Agente de Desarrollo Turístico + Titulación Universitaria

Duración: 530 horas

Precio: 399 € *

Modalidad: Online

* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.

Descripción

El Agente de Desarrollo Turístico es aquel profesional que se encarga de investigar los recursos y las posiblidades turísticas de una zona y de diseñar y elaborar productos turísticos y/o planes de desarrollo turístico. Además, también está encargado de comercializarlos en función de las necesidades del mercado. Este curso le ofrece la formación necesaria para poder ejercer como agente de desarrollo turístico.

Euroinnova Business School

Euroinnova Business School, es una escuela de negocios avalada por 5 universidades y múltiples instituciones a nivel internacional. En el siguiente enlace puede ver los **cursos Homologados**

Además Euroinnova cuenta con más de 10.000 **cursos online**

Puede matricularse hoy con un 10% de descuento, si se matricula online en el siguiente enlace:

Al formar parte de Euroinnova podrás disponer de los siguientes servicios totalmente gratis, además de pasar a formar parte de una escuela de negocios con un porcentaje de satisfacción de más del 95%, auditada por agencias externas, además de contar con el apoyo de las principales entidades formativas a nivel internacional.

A quién va dirigido

Este curso está dirigido a todas aquellas personas que quieran dedicarse al mundo de la hostelería y turismo, más concretamente como agente de desarrollo turístico y que pretendan obtener conocimientos relacionados con la información turística.

Objetivos

- Analizar la evolución del concepto de turismo, identificando los elementos que componen el sistema turístico.
- Identificar y explicar los factores que influyen en la demanda turística individual y en la demanda turística agregada a un destino turístico.
- Reconocer y clasificar los componentes de la oferta turística, y explicar las características de los distintos servicios y productos turísticos.
- Seleccionar, almacenar y procesar información de interés sobre el entorno local para dar a conocer su potencial turístico, adaptándose a los requerimientos y necesidades de los clientes y a los objetivos del centro o de la planificación del destino.
- Programar y controlar las actividades de un centro de información turística para adecuarlas a las características del entorno local y a las demandas de los clientes y alcanzar los objetivos previstos.
- Organizar los recursos necesarios para llevar a cabo la prestación de servicios del centro de información turística, adaptándose a las distintas situaciones que puedan plantearse o a las condiciones particulares del entorno local.
- Conocer los diferentes procesos de gestión de unidades de información y distribución turística.

Para que te prepara

El siguiente curso le prepara para poder ejercer como Agente de Desarrollo Turístico, aprendiendo sobre la investigación del mercado turístico y detectando los reursos y posibilidades turísticas de la zona. Además le ayuda a diseñar y desarrollar planes de desarrollo turísticos, organizando los recursos necesarios para la ejecución de proyectos.

Salidas laborales

Oficinas de Información Turística, Promotor Turístico, Agente de Desarrollo del Patrimonio Cultural, Agente de Desarrollo Turistico, Asociaciones de Empresas Turísticas, Grupos Hoteleros, Agencias de Viajes...

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Postgrado de Agente de Desarrollo Turístico con 420 horas expedida por Euroinnova Business School y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales
- Titulación Universitaria en Dirección Estratégica de Turismo con 4 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL
TITULACIÓN EXPEDIDA POR EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

CUALIFICA2
Titulación Avalada Para El Desarrollo De Las Competencias Profesionales R.D. 1224/2009

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).

EUROINNOVA FORMACION

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2014
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 23 de Abril de 2014

La direccion General

El/La interesado/a

Sello

Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- PayPal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Llama gratis al 900831200 e informate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. Además recibirá los materiales didácticos que incluye el curso para poder consultarlos en cualquier momento y conservarlos una vez finalizado el mismo.La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

Materiales didácticos

- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Productos, Servicios y Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Procesos de Gestión de Unidades de Información y Distribución Turística'
- Manual teórico 'Organización del Servicio de Información Turística Local'
- Manual teórico 'Gestión de la Información y Documentación Turística Local'
- Manual teórico 'Dirección Estratégica de Turismo Vol. 1'
- Manual teórico 'Dirección Estratégica de Turismo Vol. 2'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- Por e-mail: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- Por teléfono: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de 12 meses para la finalización del curso, a contar desde la fecha de recepción de las materiales del mismo.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Agencia de colocación autorizada Nº 9900000169

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Programa formativo

PARTE 1. 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 touroperadores.
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.Vías de comunicación
3.Alquiler de automóviles
4.Servicios de autocares
5.Principales compañías
6.Transporte por ferrocarril
7.Tipos de trenes
8.Principales líneas de ferrocarriles
9.Emisión de billetes de transporte de ferrocarril
10.Principales compañías
11.Transporte acuático
12.Características
13.Puertos .Clasificación. Modalidades y servicios en los transportes marítimos
14.Características y clases de barcos

15.Principales compañías navieras
16.Los cruceros: compañías, rutas, tarifas
17.Transporte aéreo
18.Tipos y funciones de las compañías aéreas
19.Transporte aéreo comercial
20.Compañías aéreas regulares
21.Tipos de servicios

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.
4.Prestaciones. Reservas.
5.Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
6.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.El producto sol y playa
3.Análisis del turista de sol y playa
4.Las playas españolas
5.Costas peninsulares
6.Turismo de naturaleza y turismo activo
7.Ecoturismo. Turismo rural
8.Los parques nacionales y naturales
9.Actividades terrestres, acuáticas, aéreas, mixtas y de multiaventura
10.Productos turísticos unidos a deportes de aventura y a deportes tradicionales
11.Análisis de la demanda
12.Turismo cultural y religioso
13.Patrimonio cultural y religioso de España
14.Destinos e itinerarios del producto cultural y religioso. Imagen y comercialización
15.Análisis de la demanda
16.Turismo profesional
17.Turismo profesional en España
18.Principales destinos
19.Análisis de la demanda del turismo profesional
20.Turismo social y de salud
21.Turismo de salud y belleza: aguas termales y balnearios
22.Turismo social
23.Turismo de idiomas, temático y residencial
24.Análisis de la demanda del turismo social y de salud

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

1.Europa
2.Importancia y evolución del turismo en Europa
3.Las grandes ciudades europeas
4.Destinos de costa
5.Análisis de la demanda de turismo de Europa
6.África
7.Geografía, economía y sociedad
8.Principales destinos turísticos en África: desierto, safaris, islas y playas
9.Análisis de la demanda
10.América del Norte
11.Geografía, economía y sociedad
12.Ciudades de América del Norte.
13.Destinos de naturaleza
14.Análisis de la demanda
15.América Central y América del Sur
16.Geografía, economía y sociedad
17.Ciudades
18.Destinos naturales
19.Suramérica
20.Destinos culturales
21.Destinos arqueológicos
22.Turismo activo
23.Análisis de la demanda
24.Asia
25.Geografía, economía y sociedad
26.Oriente Próximo
27.Oriente Medio y Asia central
28.Asia meridional
29.Sudeste asiático
30.China y Extremo Oriente
31.Análisis de la demanda
32.Oceanía
33.Principales destinos turísticos en Oceanía: Australia, Nueva Zelanda e Islas del
34.Pacífico
35.Destinos especiales
36.Análisis de la demanda

PARTE 2. GESTIÓN DEL SERVICIO DE GUÍA TURÍSTICO

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.
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.
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.
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.

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. EL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN PARA GUÍAS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1.Tipos de información a obtener y procesar.
2.Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística.
3.Técnicas de registro, archivo y actualización de información turística.
4.Sistemas y medios para la localización y obtención de la información turística.
5.Metodologías para el análisis, contraste y archivo de la información.
6.Soportes de la información: papel, electrónico.
7.Sistemas de archivo: bancos y bases de datos.
8.Metodología para la actualización permanente: procedimientos y costes.
9.El centro de información turística como fuente de información del destino.
10.Intercambio de información entre centros y redes de información: retroalimentación.

11.Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino.
12.Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DEL ENTORNO LOCAL.

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

PARTE 4. 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 5. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE TURISMO

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.El mercado turístico
4.La demanda turística
1.- Tipos de demanda turística
2.- Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
3.- Demanda turística internacional y nacional
4.- Segmentación de la demanda turística
5.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
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
1.- Técnicas de motivación
2.- Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIRECCIÓN COMERCIAL Y DIRECCIÓN LOGÍSTICA

1.Planificación y estrategias comerciales
2.Promoción de ventas
3.La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios
4.Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales
5.Redes al servicio de la actividad comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE DIRECCIÓN EN TURISMO

1.Características de la Dirección.
1.- Unidad de mando.
2.- Delegación.
2.Tipos de Dirección.
1.- Global.
2.- Departamental.
3.- Operacional.
3.Ciclo de la Dirección.
1.- Planificación y toma de decisiones.
2.- Integración.
3.- Trabajo en equipo.
4.- Evaluación del desempeño.
5.- Retribución.
6.- Motivación.
4.Formación interna y continua de los trabajadores.
1.- Análisis de las necesidades.
2.- Ventajas de la formación.
5.Sistemas de incentivos para el personal.

1.- Programas de pagos de incentivos.
2.- Reducción de la rotación de personal.
3.- Ayuda a la formación.
4.- Conciliación.
5.- Seguridad laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE MARKETING

1.Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN EN TURISMO

1.El plan de promoción y comunicación de proyectos de animación turística.
2.Técnicas de promoción y comunicación:
1.- Objetivos de la promoción.
2.- Soportes más comunes.
3.- Criterios de utilización.
4.- Lugares y espacios para la promoción y la comunicación en contextos turísticos.
3.Valoración económica del plan de promoción y comunicación.
4.Métodos de seguimiento y evaluación de resultados del plan de promoción y comunicación.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLANIFICACIÓN EN EMPRESAS Y ENTIDADES DE TURISMO

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.
5.La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.
6.Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DIRECCIÓN DE PERSONAL EN ENTIDADES 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
1.- Perfil competencial del líder.
2.- Funciones esenciales del líder.
3.- Funciones complementarias del líder.
5.Concepto de trabajo en equipo. Diferencias. Ventajas del trabajo en equipo.
6.Técnicas y habilidades personales y sociales necesarias para el trabajo en equipo.
7.Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
8.La motivación en el entorno laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1.División del trabajo y funciones.
2.Funciones específicas del Departamento de Recursos Humanos.
3.Detección de necesidades de contratación.
4.Determinación del perfil del candidato y oferta de empleo.
5.Soporte documental e informático en el proceso de selección.
6.Citación de los candidatos a las pruebas de selección.
7.Soporte documental de las pruebas de selección.
8.Documentación de los resultados de la selección.
9.Programas de evaluación del desempeño del puesto de trabajo.
10.Los recursos humanos como capital humano.
11.La Gestión del Talento

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COMUNICACIÓN EFECTIVA Y HABILIDADES SOCIALES NECESARIAS EN EL ÁREA DEL TURISMO

1.Importancia de la comunicación en la empresa. Ventajas e inconvenientes.
2.Función estratégica de la comunicación.
3.Tipos de comunicación existentes.
4.La comunicación óptima en la atención al cliente.
5.Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales.
6.Resolución de problemas de comunicación.
7.Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática.
8.Definición de habilidad personal y social.
9.Habilidades sociales de especial interés en el ámbito laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO

1.Marketing cibernético y publicidad
   1.- E-Comunicación
   2.- E-mail marketing
2.Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A).
3.Utilidades de los sistemas online:
4.Modelos de distribución turística a través de Internet.
5.Servidores online.
6.Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line.
7.El internauta como turista potencial y real.
8.Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CALIDAD EN LAS EMPRESAS Y/O ENTIDADES DE TURISMO

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

PROGRAMA DE BECAS PARA MASTER

Euroinnova cuenta con un programa **becas de master** para ayudarte a decicir tu futuro, puedes entrar y solicitarla, Euroinnova cuenta con más de **master online** que puedes consultar y solicitar tu beca.

Haz clic para conocer nuestro catálogo de **cursos online**

Terminos relacionados:

Calidad, Comercial, Comunicación, curso, Dirección, Estratégica, formacion, habilidades, humanos, Logística, Marketing, mercado, Nuevas, Personal, Planificacion, promocion, recursos, sociales, Tecnologías, Turismo, turístico

EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

FICHA DE MATRICULACIÓN

Para efectuar su matrícula sólo tiene que hacernos llegar esta ficha con sus datos personales vía email a formacion@euroinnova.com.

POSTGRADO EN QUE DESEA MATRICULARSE: : .....

.....

Nombre: .....

Apellidos:.....

DNI/ID/Pasaporte:.....

Domicilio envío: .....

..... CP:.....

Localidad:.....

Provincia:..... País:.....

Teléfono:..... E-mail:.....

Horario de entrega (Mañana o tarde).....

Forma de pago .....

Observaciones:.....

Una vez recibidos los datos personales, uno de nuestros asesores pedagógicos contactará con usted para concretar la matrícula y confirmarle cuando va a recibir todos los materiales en su domicilio.

EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

DESDE ESPAÑA LLAMA GRATIS A:	DESDE FUERA DE ESPAÑA:
900 831 200	+ 34 958 05 02 00

EUROINNOVA FORMACIÓN
POLÍGONO INDUSTRIAL LA ERMITA.
EDIF. CENTRO DE EMPRESAS GRANADA. OFICINA 1º D • 18230 ATARFE - GRANADA
Teléfono: 958 050 200