



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



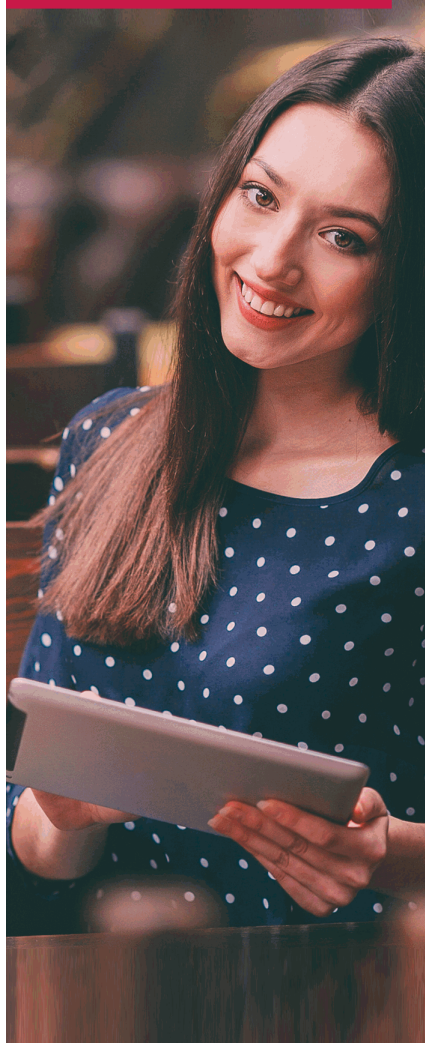
Maestría Internacional en Revenue Management Turístico



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Maestría Internacional en Revenue Management Turístico

**DURACIÓN:**

600 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.495 \$

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Revenue Management Turístico con 600 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

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School 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).



Objetivos

Como objetivo general podemos establecer el proporcionar a los alumnos los conocimientos necesarios para la organización, gestión y dirección de establecimientos hoteleros. A nivel más específico, se pretende: - Desarrollar las competencias directivas más valoradas en el sector turístico. - Aprender a analizar a su competencia y elaborar estrategias en base a sus movimientos. - Conocer el entorno donde se encuadra la organización y aprovechar las oportunidades que ofrece. - Asumir el liderazgo de la organización usando las herramientas más innovadoras. - Desarrollar una imagen de marca y construir la personalidad del establecimiento hotelero. - Aplicar estrategias de precios a los diferentes productos.

A quién va dirigido

Dirigido a quienes posean un grado o título equivalente en Administración y dirección de empresas, Empresariales y Economía, Turismo, Derecho y Dirección de Hoteles. También a cualquier titulación que quiera reforzar sus conocimientos en el área del revenue management y la gestión de clientes.

Para qué te prepara

La presente Maestría dota al alumnado de la capacidad para dirigir un establecimiento hotelero desde una perspectiva estratégica y una visión innovadora de todo el segmento competitivo donde se encuadre dicho establecimiento. Aporta una visión generalista sobre las nuevas tendencias en dirección, aplicación de precios, marketing, atención al cliente y gestión de marca del negocio turístico. El alumno aprenderá a aplicar con una metodología eminentemente práctica las principales pautas para obtener el mayor rendimiento de un hotel o establecimiento de similares características.

Salidas Laborales

Área de dirección del sector hotelero, responsable de marketing y de estrategia, técnico de publicidad, responsable de atención al cliente y coordinador de departamentos de empresas del sector turístico.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



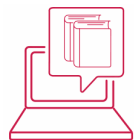
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede 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, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

MÓDULO 1. GESTIÓN OPERATIVA, ECONÓMICA Y FINANCIERA EN LA EMPRESA HOTELERA. ELEMENTOS CLAVE DE LA INDUSTRIA DEL HOSPITALITY

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO

- 1.Aspectos históricos del turismo
- 2.Definición de turismo y Organización Mundial del Turismo (OMT)
- 3.El mercado turístico español
- 4.Destino y productos turísticos principales en España
- 5.Destino y productos turísticos principales a nivel internacional
- 6.Terminología clave del sector hotelero

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISTRIBUCIÓN Y VENTA DEL SERVICIO TURÍSTICO

- 1.El producto turístico
- 2.Ley de oferta y demanda del producto turístico en España
- 3.Canales de distribución turística
- 4.Estructura y funcionamiento de las centrales de reservas turísticas
- 5.GDS
- 6.La modernización del mercado turístico
- 7.Las motivaciones esenciales del mercado turístico
- 8.El papel de Internet en la distribución turística

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERMEDIACIÓN DE TERCEROS EN EL SECTOR HOTELERO

- 1.Agencias de viajes y sector hotelero
- 2.Bases de datos de alojamientos hoteleros
- 3.Tipos de reservas

- 4. Tipos de tarifas
- 5. Funcionalidad de las centrales de reserva y cadenas de hoteles
- 6. El papel de los tour operadores en el sector hotelero

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS JURÍDICOS DEL SECTOR HOTELERO

- 1. Regulación del turismo en España
- 2. Legislación específica para establecimientos hoteleros
- 3. Aspectos legales sobre las políticas de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y MOSTRADOR

- 1. Funciones en el mostrador
- 2. La plantilla de la recepción Distribución de horarios
- 3. Relaciones Interdepartamentales
- 4. El Rack de Habitaciones
- 5. El ciclo del cliente
- 6. El check in
- 7. Protocolos de administración de control y gestión
- 8. La gestión de grupos
- 9. El libro de Recepción
- 10. El check out

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RELACIONES INTERDEPARTAMENTALES DEL HOTEL

- 1. Introducción
- 2. Departamento de Pisos o Housekeeping
- 3. Departamento de Alimentación y Bebidas
- 4. Departamento de Mantenimiento y Servicio Técnico
- 5. Dirección del Hotel
- 6. Departamento Comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN MICE

- 1. El mercado de eventos, reuniones y banquetes
- 2. El mercado de reuniones: protocolo oficial y empresarial
- 3. El protocolo oficial
- 4. La simbología en los actos protocolarios, banderas e indumentarias

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN ADMINISTRATIVO-FINANCIERA DEL ESTABLECIMIENTO HOTELERO

I

- 1. Los Documentos comerciales y administrativos
- 2. Documentos justificativos de las operaciones de compra-venta
- 3. Operaciones básicas de cobro y pago
- 4. Descripción de medios de pago
- 5. Modelos de documentación de cobro y pago, convencionales o telemáticos
- 6. Cumplimiento de libros de caja y bancos
- 7. Impresos correspondientes a los servicios bancarios básicos

8. Gestión de tesorería: Banca online

9. Aplicaciones informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN ADMINISTRATIVO-FINANCIERA DEL ESTABLECIMIENTO HOTELERO II

1. La gestión de costes y gastos

2. Los presupuestos Planificación y control

3. Patrimonio Análisis económico financiero

4. Las inversiones en empresas hoteleras y el estudio de riesgos

5. Fuentes de financiación en la empresa hotelera

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LOS FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DEL SECTOR TURÍSTICO

1. ¿Qué es la comunicación?

2. Claves del proceso comunicativo

3. Comunicación interpersonal, grupal y de masas

4. Aspectos a superar en la comunicación

5. Comunicación escrita, verbal y no verbal

6. Claves fundamentales para la conversación

7. Desarrollo de una escucha activa

8. Hacia la empatización en la atención al cliente

9. El método de la reformulación: Paráfrasis

10. Aplicación de la aceptación incondicional

11. La personalización

12. Tipos de confrontaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GESTIÓN DE LLAMADAS EN EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

1. Tareas básicas del recepcionista

2. Atención a las visitas

3. Instrucciones para el proceso de atención telefónica

4. Claves para la emisión de información

5. Pautas para las entrevistas

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROPERTY MANAGEMENT SYSTEM O SISTEMAS DE GESTIÓN HOTELERA

1. Definición

2. Funcionalidades

3. PMS más utilizados: Sihot, Opera, Sirrah, Millenium, Protel, Amadeus, Prestige...

4. Otros PMS

UNIDAD DIDÁCTICA 13. DISEÑO, SOSTENIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD DE HOTELES

1. Conceptos generales del diseño

2. Introducción al diseño de espacios

3. Fases del proceso de trabajo

4. Soluciones domóticas aplicadas a establecimientos hoteleros

5.Sostenibilidad para edificios: certificaciones LEED-BREEM-PASSIVHAUS

6.Accesibilidad Universal

MÓDULO 2. RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR HOTELERO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

- 1.La importancia de RRHH en el sector hotelero
- 2.Empleo en el sector hotelero
- 3.Relaciones entre Recursos Humanos y la mejora de la calidad del sector hotelero
- 4.Diversidad de actores en el sector hotelero

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INNOVACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

- 1.Adaptación de la organización a través del talento y la innovación
- 2.Los ingredientes de la innovación
- 3.Gestión de la innovación
- 4.Requisitos para la innovación
- 5.Caso de estudio voluntario: La innovación según Steve Jobs
- 6.Caso Helvex: el cambio continuo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NUEVOS RETOS DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

- 1.Wellbeing: el bienestar en el trabajo
- 2.El clima laboral y productividad 2.0
- 3.El empowerment o empoderamiento
- 4.De la ética empresarial a la responsabilidad social corporativa
- 5.La consultoría de Recursos Humanos
- 6.El responsable de Recursos Humanos como arquitecto de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH

- 1.Conceptualización
- 2.Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
- 3.La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
- 4.Modelos de gestión estratégica de RRHH
- 5.Proceso de RRHH
- 6.Barreras a la RRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MOTIVACIÓN Y GESTIÓN DE LA RETRIBUCIÓN

- 1.Motivación: concepto y principales teorías
- 2.Motivación Intrínseca Vs Extrínseca
- 3.Reconocimiento, recompensas y clima laboral
- 4.Salario: concepto y estructura
- 5.Políticas de retribución: concepto, elementos y beneficios
- 6.Diseño de políticas de retribución
- 7.Modelos de políticas de retribución

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO

- 1.Liderazgo
- 2.Enfoques en la teoría del liderazgo
- 3.Estilos de liderazgo
- 4.El papel del líder

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO

- 1.Programa de entrenamiento
- 2.Técnicas de desarrollo en equipos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA DINÁMICA DE GRUPOS

- 1.Definición
- 2.Aplicaciones a los distintos campos de la vida social
- 3.Técnicas de dinámicas de grupo
- 4.Normas generales para el uso de las técnicas de grupo
- 5.El papel del dinamizador

MÓDULO 3. MARKETING EN EMPRESAS TURÍSTICAS**UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO**

- 1.El mercado turístico
- 2.Investigación de mercado turístico
- 3.Política de mercado
- 4.El producto turístico
- 5.El consumidor turístico
- 6.Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

- 1.Definición y ventajas
- 2.Características del plan
- 3.Estructura del plan de marketing
- 4.Etapas para elaborar un plan de marketing
- 5.El plan de promoción de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING Y VENTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- 1.Marketing del producto turístico
- 2.Comercialización del producto turístico
- 3.Distribución del producto turístico
- 4.Imagen y publicidad
- 5.Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

- 1.Introducción
- 2.Concepto de Marketing Digital
- 3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
- 4.Ventajas del Marketing Digital

5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1. Introducción
2. Formas del marketing online
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs Marketing tradicional
2. Investigación comercial en marketing digital
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Marketing estratégico en Internet

MÓDULO 4. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES

1. ¿Qué es una marca?
2. Personalidad y estructura de la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Brand equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marca producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La presencia de la marca en el Medio Online
3. La imagen como comunicadora

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management-identidad de marca 3.0
4. El storytelling
5. Branding content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones -cool hunting, detección de insight
8. El packaging como motivo de compra
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

MÓDULO 5. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PAPEL DEL CRM EN LA EMPRESA

1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional

3.Objetivo y beneficios de una estrategia CRM

4.Estructura de la organización del CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA ESTRATEGIA CRM

1.Definición de estrategia CRM

2.Las fuerzas del cambio

3.Orientación al cliente

4.Integración del CRM en nuestra estrategia online

5.Elementos de un programa CRM

6.Medición y análisis de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ECRM

1.eCRM como expansión de la estrategia CRM

2.Social CRM

3.Componentes del eCRM

4.Implantación del eCRM

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEL CRM AL CEM

1.Customer Relationship Management vs Customer Experience Management

2.La experiencia vista desde la parte interna de la empresa

3.La innovación en el CEM

4.Procesos colaborativos: Crossuser & Crowdsourcing

5.Impacto del CEM en la estrategia empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM EN LA EMPRESA

1.Lealtad y fidelidad de los clientes

2.Reducción del coste por adquirir clientes

3.Cross Selling (venta cruzada)

4.Up Selling (ventas añadidas)

5.Mayor eficacia y productividad comercial

6.Reducción de costes en comunicación

7.Inexistencia de duplicidades (en procesos y datos)

8.Conocimiento del mercado y de nuestro target

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM PARA EL CLIENTE

1.La empresa conoce las necesidades del cliente

2.Aumento en la satisfacción del cliente

3.Trato personalizado con el cliente

4.Cliente único en la base de datos

5.Mejora del servicio prestado al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ÁREAS PRINCIPALES DEL CRM

1.Servicio al cliente

2.La estructura del Call Center

3.Tipos de Call Center

4. La función del CRM para el Call Center
5. El sistema de automatización de ventas

MÓDULO 6. REVENUE MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?

1. Historia y orígenes del revenue management
2. El concepto de revenue management
3. Diferencias entre Yield Management y Revenue Management
4. El revenue manager en el organigrama de la empresa
5. Los ratios: RevPAR, TrevPAR, GOPPAR
6. Interpretación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BENCHMARKING Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. Concepto, importancia y etapas del Benchmarking
2. Clasificación de las técnicas benchmarking
3. Selección del grupo competitivo
4. Evaluación de nuestra competencia
5. Ventajas y desventajas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE GESTIÓN DE VENTAS

1. Up-selling
2. Cross-selling
3. Overbooking
4. Canales de distribución

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT

1. Concepto y aplicación del Forecasting
2. Análisis y gestión del valor de los clientes
3. El calendario de demanda
4. Plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MÉTRICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN REVENUE MANAGEMENT

1. Medición de la eficacia del revenue management
2. Gestión de costes y precio
3. Criterios de distribución de costes
4. El pricing: fijación estratégica de precios
5. Aplicaciones informáticas del Revenue Management

UNIDAD DIDÁCTICA 6: APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA ESTRATEGIA DE REVENUE

1. Proceso de implantación de la estrategia de revenue
2. Herramientas necesarias
3. Seguimiento y reuniones de control del plan de Revenue

MÓDULO 7. GESTIÓN DE CALIDAD EN HOTELES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNDAMENTOS DEL CONCEPTO DE CALIDAD

- 1.Introducción al concepto de calidad
- 2.Definiciones de Calidad
- 3.Evolución del concepto de Calidad
- 4.El papel de la calidad en las organizaciones
- 5.Costes de calidad
- 6.Beneficios de un Sistema de Gestión de la Calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD: CONCEPTOS RELACIONADOS

- 1.Los tres niveles de la Calidad
- 2.Conceptos relacionados con la Gestión de la Calidad
- 3.Gestión por procesos
- 4.Diseño y planificación de la Calidad
- 5.El Benchmarking y la Gestión de la Calidad
- 6.La reingeniería de procesos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPIOS CLAVE DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

- 1.Introducción a los principios básicos del Sistema de Gestión de la Calidad
- 2.Enfoque al cliente
- 3.Liderazgo
- 4.Participación del personal
- 5.Enfoque basado en procesos
- 6.Mejora
- 7.Toma de decisiones basadas en la evidencia
- 8.Gestión de las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS BÁSICAS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

- 1.Ciclo PDCA (Plan/Do/Check/Act)
- 2.Tormenta de ideas
- 3.Diagrama Causa-Efecto
- 4.Diagrama de Pareto
- 5.Histograma de frecuencias
- 6.Modelos ISAMA para la mejora de procesos
- 7.Equipos de mejora
- 8.Círculos de Control de Calidad
- 9.El orden y la limpieza: las 5S
- 10.Seis SIGMA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. ISO 9001:2015

- 1.Las normas ISO 9000 y 9001
- 2.Introducción al contenido de la UNE-EN ISO 9001:2015
- 3.La norma ISO 9001:2015 Requisitos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

- 1.Documentación de un SGC

2. Hitos en la implantación de un SGC
3. Etapas en el desarrollo, implantación y certificación de un SGC
4. Metodología y puntos críticos de la implantación
5. El análisis DAFO
6. El proceso de acreditación
7. Pasos para integrar a los colaboradores del Sistema de Gestión de la Calidad en la empresa
8. Factores clave para llevar a cabo una buena gestión de la calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 7. OTROS SISTEMAS DE CALIDAD EN HOTELES

1. Normas de Calidad Turística Española (Q)
2. Iniciativas de Calidad Turística en las CCAA
3. El modelo SERVQUAL aplicado a empresas turísticas
4. Hotelqual: medidor de la Calidad del Servicio en Hoteles
5. Otros medidores de calidad: Tripadvisor, Trivago, Mystery Guest