



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Administración Turística + Titulación Universitaria





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

19

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](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL

20% Beca
PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



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



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Administración Turística + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Administración Turística con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Planificación de Destinos Turísticos con 5 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con Número de Documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de EUROINNOVA en la convocatoria de XXX

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

Con un nivel de aprovechamiento ALTO

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) del (año)La Dirección General
NOMBRE DEL DIRECTOR ACADÉMICO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

La presente titulación es objeto de Declaración de Interés Público de la Universidad de Granada. El presente título de Grado y sus correspondientes créditos académicos y cursos de formación de grado de la Universidad de Granada, inscritos en el Registro de la Universidad de Granada, se encuentran inscritos en el Registro de la Universidad de Granada. El presente título de Grado y sus correspondientes créditos académicos y cursos de formación de grado de la Universidad de Granada, inscritos en el Registro de la Universidad de Granada, se encuentran inscritos en el Registro de la Universidad de Granada. El presente título de Grado y sus correspondientes créditos académicos y cursos de formación de grado de la Universidad de Granada, inscritos en el Registro de la Universidad de Granada, se encuentran inscritos en el Registro de la Universidad de Granada.

Descripción

Este Master en Administración Turística le ofrece una formación especializada en la materia. Si se dedica profesionalmente al sector turístico y quiere conocer los aspectos fundamentales sobre la Administración Turística en este entorno este es su momento, con el Master en Administración Turística podrá adquirir los conocimientos esenciales para desempeñar esta función con éxito. La gestión de los Recursos Humanos en el sector turístico está experimentando una profunda transformación con la emergencia de las TIC y la sociedad en red, por lo que es importante también adaptarse a este cambio sin dejar de lado una perspectiva tradicional. Realizando este Master en Administración Turística conocerá al entorno de la administración turística en el sector empresarial del turismo.

Objetivos

El Máster Administración Turística tiene los siguientes objetivos: Estudiar los diferentes tipos de agencias de viajes que hay en el mercado de la oferta turística global. Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente en establecimientos turísticos, a fin de satisfacer sus expectativas y materializar futuras estancias. Definir o realizar procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo, identificando las características de calidad más significativas. Conocer las características para la selección del personal en las empresas turísticas. Aprender la importancia de la excelencia en la prestación de un servicio de calidad al cliente en las empresas turísticas. Conocer las estrategias de mejora de la motivación laboral en las empresas turísticas. Conocer los trámites administrativos para la puesta en marcha de una empresa del sector de hostelería y turismo. Adquirir los conceptos de contabilidad y nociones básicas. Aplicar el marketing en el mercado turístico. Realizar un plan de marketing en el ámbito del turismo. Comprender conocimientos básicos del turismo y la estructura del mercado turístico, atendiendo tanto al producto

[Ver en la web](#)

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

turístico, como a la demanda u oferta turística. Conocer los tipos de empresas hoteleras. Aplicar los diferentes procesos de planificación y organización en empresas hoteleras.

A quién va dirigido

Este Master en Administración Turística está dirigido a experto en la materia que quieran ampliar sus conocimientos o aplicar las técnicas oportunas para crear o administrar una empresa en el sector de la hostelería y turismo.

Para qué te prepara

Este Master en Administración Turística le prepara para desenvolverse profesionalmente en el sector de la hostelería y turismo llegando a aplicar técnicas esenciales para la administración de una empresa de este tipo, atendiendo a todos los aspectos importantes en la materia.

Salidas laborales

Turismo / Experto en marketing turístico / Agencias de viajes / Establecimientos hoteleros / Dirección de alojamientos hoteleros / Empresas hoteleras / Dirección de empresas turísticas / Gestor turístico.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

PARTE 1. TURISMO

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO: CONCEPTO, TIPOS Y LEGISLACIÓN GENERAL

1. Introducción
2. El concepto de turismo
3. Análisis de la composición del producto turístico en España
4. Destinos turísticos españoles
5. Destinos turísticos internacionales
6. El crecimiento del turismo mundial
7. Legislación General del Sector Turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO TURÍSTICO Y LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Producto y características del producto.
2. La oferta y la demanda del turismo en España.
3. La distribución turística.
4. Las centrales de reservas.
5. Los sistemas globales de distribución.
6. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
7. Las motivaciones turísticas.
8. La distribución del turismo en Internet.

MÓDULO 2. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN APLICADA A LA HOSTELERÍA Y TURISMO

1. La comunicación óptima en la atención al cliente.
2. Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales
3. Resolución de problemas de comunicación
4. Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

1. Clasificación de clientes
2. La atención personalizada
3. El tratamiento de situaciones difíciles.
4. La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea.

MÓDULO 3. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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

MÓDULO 4. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA CULTURA DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS Y/O ENTIDADES DE HOSTELERÍA Y 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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ORGANIZACIÓN HOSTELERA Y TURÍSTICA

1. Organización de la calidad
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. Procesos de producción y servicio
2. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
3. Gestión de los datos
4. Evaluación de resultados

MÓDULO 5. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ORDENACIÓN TERRITORIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

1. Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas.
2. Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales.

3. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos.
4. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas.
5. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia.
6. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

1. Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales.
2. Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios.
3. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos.
4. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local.
5. Gestión de iniciativas turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.

1. Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales.
2. El desarrollo sostenible para planificadores locales.
3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales.
4. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico.
5. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos.
6. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.

MÓDULO 6. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 12. 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. Complimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. 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 14. 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 2. DIRECCIÓN Y DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

1. Introducción
2. Reclutamiento de personal: fuentes
3. Selección de personal: definición y características
4. ¿Qué predice el comportamiento laboral?
 1. - Inteligencia
 2. - Rasgos de personalidad
 3. - Motivación en el trabajo
 4. - Valores relacionados con el trabajo
 5. - Actitudes relacionadas con el trabajo
5. Instrumentos de selección de personal
 1. - Tests de aptitudes
 2. - Entrevista
 3. - Medidas de personalidad
 4. - Otros instrumentos evaluativos
6. Integración del empleado en la empresa
7. Desvinculación laboral del empleado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LOS RECURSOS HUMANOS

1. Introducción
2. ¿En qué consiste la evaluación del rendimiento?

3. Propósitos de la evaluación
4. Aspectos a evaluar
5. ¿Quién debe evaluar?
 1. - El propio empleado: autoevaluación
 2. - El supervisor
 3. - Los iguales o compañeros de trabajo
 4. - Los subordinados
 5. - Los clientes o usuarios de un servicio
 6. - Evaluación de 360 grados
 7. - Errores que pueden cometer los evaluadores
6. Herramientas de evaluación
 1. - Técnicas relacionadas con la producción
 2. - Técnicas de estimación de méritos
7. Importancia de la excelencia en la prestación de un servicio de calidad al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORMACIÓN CONTINUA DE LOS RECURSOS HUMANOS

1. Introducción
2. Formación continua versus desarrollo en contextos laborales
3. Importancia de la planificación de la formación continua
4. Análisis de necesidades de formación
5. Diseño de la formación
 1. - Objetivos instruccionales y características de los participantes
 2. - Contenidos de la formación
 3. - Estrategias metodológicas
 4. - Recursos didácticos
6. Transferencia y evaluación de la formación
 1. - Transferencia: factores determinantes
 2. - Qué, cuándo y cómo hay que evaluar la formación
7. Más allá de la formación continua tradicional: estrategias de cambio de actitudes y de mejora de la motivación laboral
 1. - Estrategias para el cambio de actitudes en las organizaciones
 2. - Estrategias de mejora de la motivación laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESOS DE DINAMIZACIÓN DEL POTENCIAL HUMANO

1. Introducción
2. Desarrollo de la carrera profesional: importancia de su planificación
 1. - Planificación de la carrera profesional desde una perspectiva individual
 2. - Planificación de la carrera profesional desde una perspectiva organizacional
3. Desigualdades en el desarrollo de la carrera profesional: el techo de cristal
4. El coaching como estrategia de desarrollo personal y profesional
5. Acerca del coach y el proceso de coaching
6. Herramientas de coaching
7. Hacia la autogestión de la carrera profesional

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS EQUIPOS DE TRABAJO. COMPOSICIÓN Y ESTRUCTURA

1. Introducción

2. Definición de equipo de trabajo
3. La sinergia: el sostén de equipo de trabajo
4. Condiciones para generar equipos de calidad
5. ¿Por qué fallan los equipos de trabajo?
6. ¿Por qué hablamos de equipos y no de grupos?
 1. - Diferencias entre grupo y equipo de trabajo
 2. - Tipos de equipos
7. ¿Quiénes forman el equipo de trabajo? Efectos de la composición
 1. - Efectos del tamaño del equipo
 2. - Derivaciones de la diversidad en los equipos
8. La estructura del equipo de trabajo
 1. - El concepto de estructura
 2. - Principales elementos de la estructura del equipo
9. El trabajo en equipo
 1. - Técnicas expositivas
 2. - Técnicas para fomentar la participación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROCESOS EMERGENTES EN LOS EQUIPOS DE TRABAJO

1. Introducción
2. Procesos de comunicación en los equipos de trabajo
 1. - Barreras para una comunicación eficaz
 2. - La comunicación formal
 3. - La comunicación informal
3. Procesos de influencia en los equipos de trabajo
 1. - El liderazgo en los equipos de trabajo
 2. - La influencia social en los equipos
4. Efectos de la toma de decisiones en equipo
 1. - La normalización
 2. - La polarización grupal
 3. - El pensamiento grupal (groupthink)

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA SOCIEDAD EN RED Y LOS RECURSOS HUMANOS (I)

1. Introducción
2. La nueva sociedad en red. Hacia las organizaciones virtuales
 1. - Etapa Informática: el ordenador personal y el sistema operativo de disco (década de los 80)
 2. - Etapa de Internet: la emergencia de Internet y del navegador web. La web 1.0 (década de los 90)
 3. - Etapa de virtualización: comunidades virtuales, la web 2.0 y la web semántica
3. La (r)evolución de las TICC en los aspectos humanos
 1. - Era Informática
 2. - Era de Internet
 3. - Etapa de web 2.0
4. La (r)evolución de las TICC en el sector turístico: turismo 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA SOCIEDAD EN RED Y LOS RECURSOS HUMANOS (II)

1. Introducción
2. Administración de prestaciones
3. Reclutamiento y selección online
 1. - La era Informática
 2. - La era Internet
 3. - La era Virtual
4. Dinamización del potencial humano en las empresas 2.0
5. Comunicación: manual del empleado, groupware (web 1.0) y portal del empleado (web 2.0)
 1. - La etapa Informática
 2. - La etapa Internet
 3. - La etapa Virtual
6. Formación: del CD-ROM multimedia al e-learning y EPA
 1. - La etapa de Internet: las plataformas de e-learning
 2. - Etapa Virtual
7. La Organización que Aprende (Learning Company)

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Los Recursos Humanos en el ámbito turístico Asut, Sonia. Grandío, Antonio. Peris, Rosana. Publicado por Editorial Síntesis

PARTE 3. INICIATIVA EMPRENDEDORA PARA EMPRESAS DE HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Innovación y desarrollo económico Principales características de las empresas del sector de hostelería y turismo
5. La iniciativa emprendedora La cultura emprendedora como necesidad social
6. El emprendedor
7. Motivación empresarial Los emprendedores como empleados o como empresarios de una empresa del sector turístico
8. El empresario y la actividad empresarial
9. La colaboración entre emprendedores
10. El riesgo de la actividad emprendedora
11. Objetivos personales versus objetivos empresariales
12. Buenas prácticas de cultura emprendedora en el sector de hostelería y turismo
13. Resumen
14. Actividades de autoevaluación
15. Investiga
16. Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Introducción
5. La empresa Funciones básicas

6. La empresa como sistema
7. Tipos de empresa
8. Análisis del entorno general y específico de la empresa
9. Relaciones de las empresas del sector turístico con su entorno y con el conjunto de la sociedad
10. La cultura de la empresa La imagen corporativa
11. La responsabilidad social corporativa
12. El balance social
13. Resumen
14. Actividades de autoevaluación
15. Investiga
16. Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN DE UNA EMPRESA

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Introducción
5. Elección de la forma jurídica
6. Formas jurídicas
7. Trámites para la constitución de las formas jurídicas
8. Resumen
9. Actividades de autoevaluación
10. Investiga
11. Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Trámites administrativos para la puesta en marcha de una empresa del sector de hostelería y turismo
5. Ventanilla única empresarial y puntos de asesoramiento e inicio de tramitación
6. Proceso telemático para la creación de una empresa
7. Resumen
8. Actividades de autoevaluación
9. Investiga
10. Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Introducción
5. Inversión Plan de inversión
6. Financiación: Fuentes de financiación
7. Financiación pública

8. Resumen
9. Actividades de autoevaluación
10. Investiga
11. Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA CONTABILIDAD EN LA EMPRESA

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Concepto de contabilidad y nociones básicas
5. El patrimonio de la empresa
6. La cuenta de resultados (pérdidas y ganancias)
7. El plan de tesorería
8. Análisis económico-financiero
9. Resumen
10. Actividades de autoevaluación
11. Investiga
12. Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Introducción
5. Procesos administrativos
6. Documentos de la compraventa
7. Documentos relacionados con el pago y el cobro
8. Documentos específicos de las empresas del sector
9. Resumen
10. Actividades de autoevaluación
11. Investiga
12. Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA FISCALIDAD

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. La fiscalidad
5. Obligaciones fiscales en la empresa
6. Tipos de impuestos
7. Resumen
8. Actividades de autoevaluación
9. Investiga
10. Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL PLAN DE EMPRESA

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Plan de empresa Definición y utilidad
5. Guía para elaborar el plan de empresa
6. Ejemplos de plan de empresa

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Empresa e iniciativa emprendedora (Edición para Hostelería y Turismo) Ferrandis-García Aparisi, Gloria. Martínez Calderón, M.^a del Carmen. Publicado por Editorial Síntesis

PARTE 4. 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

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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 5. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NATURALEZA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

1. Conceptualización de la empresa turística
2. Estructura interna de la empresa
3. El empresario turístico
4. Contexto de la empresa turística
5. Tipos de empresas turísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONCEPTO DE ESTRATEGIA EN LA EMPRESA TURÍSTICA

1. Concepto de estrategia
2. Actitud estratégica
3. Pensamiento estratégico
4. La empresa como conjunto de recursos y capacidades
5. Implicaciones estratégicas de la teoría de los recursos y capacidades

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO DE DIRECTIVAS ESTRATÉGICAS

1. Introducción al diseño de directivas estratégicas
2. Diagnóstico del entorno: análisis externo
3. Recursos estratégicos: diagnóstico interno
4. Puesta en marcha de estrategias
5. Evaluación
6. Análisis de la viabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Definición del plan de empresa
2. Niveles de planificación
3. Objetivos del plan de empresa
4. Características de un plan de empresa
5. Tipos de planes de empresa: clasificación
6. Etapas en la planificación
7. Elementos del plan de empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Descripción del negocio
2. Organización y recursos humanos
3. Organización y departamentos
4. Estudio de mercado
5. Plan de marketing
6. Plan de producción
7. Plan financiero

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELEMENTOS DEL MERCADO TURÍSTICO

1. ¿Qué es el producto turístico?
2. Oferta y demanda turística en España
3. Proceso de distribución del producto turístico
4. Sistemas de distribución
5. Contexto de la empresa turística
6. Fuentes de regulación jurídica de la empresa turística

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ACERCAMIENTO A LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Marco conceptual de la demanda turística
2. Naturaleza de la demanda turística
3. Estudio de mercado: la demanda viajera
4. Criterios de segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING Y VENTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
3. Distribución del producto
4. Imagen y publicidad
5. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Introducción a la planificación de plantillas
2. Concepto de planificación de los 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

[Ver en la web](#)



6. Modelos de planificación de los Recursos Humanos
7. El caso especial de las Pymes

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MARCO NORMATIVO DE LA EMPRESA TURÍSTICA

1. Fuentes de regulación jurídica de la empresa turística
2. Marco normativo del ámbito turístico
3. Normativa específica de las Agencias de Viajes

PARTE 6. PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO Y LA ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

1. Concepto de turismo
2. El sistema turístico. Partes o subsistemas
3. El mercado turístico
4. La demanda turística
5. Pautas para investigar la demanda viajera
6. La oferta turística. Componentes de la oferta turística
7. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias
8. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados
9. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados
10. Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES

1. Turismo de sol y playa
2. Turismo de naturaleza y turismo activo
3. Turismo cultural y religioso
4. Turismo profesional
5. Turismo social y de salud

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

1. Europa
2. África
3. América del Norte
4. América Central y América del Sur
5. Asia
6. Oceanía

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y CULTURAL

1. Diferenciación de conceptos generales y clasificación
2. Aspectos legales. Niveles de protección. El patrimonio de la humanidad. El papel de la UNESCO. Los bienes de interés cultural o BIC
3. Restauración y conservación. Enfoques y técnicas
4. Museología: diferenciación, clasificación y aspectos técnicos. Geografía descriptiva de los

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

museos. Ámbito regional y local

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL ÁMBITO DEL TURISMO

1. Organización de la calidad
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo
3. Procesos de producción y servicio
4. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
5. Gestión de los datos
6. Evaluación de resultados
7. Propuestas de mejora

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING TURÍSTICO Y PROMOCIÓN DE VENTAS

1. Concepto de Marketing
2. El "Marketing" de servicios. Especificidades
3. Segmentación del mercado
4. El "mercado objetivo"
5. El Marketing Mix
6. Elementos. Estrategias
7. Políticas y directrices de marketing
8. El Plan de Marketing
9. Marketing directo. Técnicas. Argumentarios
10. Planes de promoción de ventas
11. La promoción de ventas
12. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales
13. Normativa legal sobre bases de datos personales
14. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
15. Decisores y prescriptores
16. El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TENDENCIAS DEL MERCADO, CONSUMO RESPONSABLE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto de turismo
2. La oferta turística
3. Situación actual y tendencias del mercado
4. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española
5. Consumo y responsabilidad social empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

1. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales
2. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local
3. Un pequeño resumen de cómo realizar correctamente un proyecto de desarrollo turístico local

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

1. Concepto y características de un producto turístico sostenible

[Ver en la web](#)



2. Análisis de técnicas para la identificación y catalogación de recursos turísticos
3. Gestión de las áreas naturales, herramientas, conceptos básicos y definiciones
4. Promoción del turismo a las áreas protegidas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TURISMO ALTERNATIVO

1. Descripción de turismo alternativo
2. Concepto y definición
3. Características del turismo alternativo
4. Clasificación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GENERACIÓN DE CADENAS DE VALOR PARA EL TURISMO SOSTENIBLE Y BUENAS PRÁCTICAS

1. Definición y generación de cadenas de valor
2. Pautas para generar cadenas de valor en el turismo sostenible
3. Establecimiento de buenas prácticas
4. Buenas prácticas en la instauración y funcionamiento de las instalaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ESTUDIO TÉCNICO DE DESTINOS TURÍSTICOS

1. Definición y concepto de estudio técnico
2. Objetivos generales y específicos
3. Partes que forman un estudio técnico

UNIDAD DIDÁCTICA 13. CREACIÓN Y GESTIÓN DE PRODUCTOS Y EMPRESAS ECOTURÍSTICAS

1. Definición, conceptos y productos de turismo
2. Situación, visión y gestión del ecoturismo
3. Creación y gestión de productos y empresas ecoturísticas
4. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad
5. Certificados de sostenibilidad y compromiso

UNIDAD DIDÁCTICA 14. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

1. El Medioambiente y sus procesos
2. Empresa y Medioambiente
3. Espacios Naturales Protegidos
4. Tipología de los visitantes y usuarios a los espacios naturales protegidos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

1. Declaraciones internacionales
2. Las políticas de turismo sostenible en la Unión Europea
3. Regulación del turismo sostenible

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 900 831 200

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.edu.es

Horario atención al cliente

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

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group