



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Máster en Turismo Sostenible + 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 estudiantess 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**  
INTERNACIONAL 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

## 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



## Descripción

---

En un entorno donde la sostenibilidad se ha convertido en un imperativo global, el turismo necesita profesionales capaces de innovar y desarrollar prácticas responsables. El Máster en Turismo Sostenible aborda esta necesidad, ofreciendo una formación integral que enfatiza el diseño de productos turísticos y servicios eco-conscientes, promoción y comercialización local, y la gestión sostenible de destinos. El programa del curso destila competencias esenciales, desde la planificación de experiencias de ecoturismo hasta la dirección de estrategias de marketing eficaces que resuenan con las demandas contemporáneas. Este máster en línea entrena a futuros líderes de la industria en asesoramiento y comercialización de productos turísticos, incidiendo en la singular importancia de la sostenibilidad. Al explorar la programación de viajes combinados y la viabilidad de atracciones y destinos, los participantes se convierten en agentes de cambio capaces de equilibrar las necesidades económicas con la preservación del patrimonio natural y cultural. Optar por este Máster es apostar por una visión turística del futuro, una que dignifica tanto el ambiente como la experiencia del viajero, preparándote para afrontar los desafíos del turismo del mañana.

## Objetivos

---

- Diseñar productos turísticos sostenibles.
- Impulsar la venta de servicios eco friendly.
- Gestionar destinos con ética verde.
- Asesorar en turismo responsable.
- Planificar marketing turístico estratégico.
- Promover el ecoturismo mundialmente.
- Operar viajes combinados sostenibles.

## A quién va dirigido

---

El Máster en Turismo Sostenible está enfocado en profesionales del sector que buscan especializarse en la creación y promoción de destinos y servicios eco amigables. Ideal para aquellos inmersos en el diseño de productos turísticos, marketing turístico, y gestión de destinos con un enfoque sostenible. Estratégico para quienes promueven el ecoturismo y la operación de viajes combinados, asegurando experiencias memorables y responsables.

## Para qué te prepara

---

El curso de Máster en Turismo Sostenible te prepara para diseñar y gestionar productos y servicios turísticos innovadores y sostenibles. Aprenderás técnicas de promoción y comercialización a nivel local, garantizando la sostenibilidad de los destinos turísticos. Serás capaz de asesorar eficazmente y vender servicios turísticos, manejar estrategias de marketing, y desarrollar planes que potencien los

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

recursos del turismo sostenible y el ecoturismo. Además, obtendrás habilidades para la planificación y operación de viajes combinados. Este máster te dota de las herramientas necesarias para liderar en la industria del turismo responsable.

## Salidas laborales

---

El Máster en Turismo Sostenible abre puertas a perfiles especializados en el diseño de productos y gestión de destinos eco-amigables. Los graduados prosperan en la promoción turística local, crean servicios innovadores y asesoran en estrategias de marketing verde. Sobresalen en la planificación y operación de viajes y el desarrollo de ecoturismo, fortaleciendo la sostenibilidad en el sector.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## TEMARIO

---

### PARTE 1. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SECTOR TURÍSTICO.

1. Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros.
2. La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.
3. Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos.
4. La estructura de comercialización en el sector:
5. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. 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 4. 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.

## PARTE 2. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO.

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.
2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo
3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial:
4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.
5. 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.
6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.
7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

1. Estrategias y canales de distribución.
2. Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.
3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.
4. Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVUCIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.
2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL.

1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.
2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.
3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.
4. Coste y rentabilidad de la distribución turística online

## PARTE 3. GESTIÓN SOSTENIBLE DE DESTINOS TURÍSTICOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. TURISMO SOSTENIBLE

1. Concepto de sostenibilidad.

2. Concepto de turismo sostenible
3. Características del turismo sostenible
4. Turismo y medio ambiente
5. Turismo y educación ambiental

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLO DE TURISMO 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. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad
6. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPACTO AMBIENTAL DEL TURISMO

1. Impactos ambientales en el litoral
2. Impactos ambientales en áreas de montaña
3. Impactos del turismo en áreas protegidas
4. Evaluación del impacto ambiental de las actividades turísticas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS HOTELES EN EL TURISMO SOSTENIBLE

1. La hotelería en el sistema turístico
2. Actuaciones hoteleras dirigidas a un turismo sostenible
3. Percepción de las distintas dimensiones del turismo sostenible

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. INCIDENCIA AMBIENTAL DE LA ACTIVIDAD DE HOTELERÍA

1. Agentes y factores de impacto
2. Tratamiento de residuos: Manejo de residuos y desperdicios. Tipos de residuos generados. Residuos sólidos y envases. Emisiones a la atmósfera. Vertidos líquidos
3. Normativa aplicable sobre protección ambiental
4. Otras técnicas de prevención o protección

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN SOSTENIBLE EN LOS HOTELES

1. Instrumentos aplicados en la gestión sostenible
2. Implantación de la gestión sostenible
3. Gestión del cambio

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DEL AGUA Y DE LA ENERGÍA EN HOTELES

1. Consumo de agua. Buenas prácticas ambientales en el uso eficiente del agua
2. Consumo de energía. Ahorro y alternativas energéticas. Buenas prácticas ambientales en el uso eficiente de la energía

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA CALIDAD HOTELERA EN EL TURISMO SOSTENIBLE

1. Destinos turísticos
2. La calidad de los destinos turísticos
3. La calidad de los servicios turísticos
4. Influencia de la calidad en la competitividad turística

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

1. Compras y aprovisionamiento
2. Elaboración y servicio de alimentos y bebidas
3. Limpieza, lavandería y lencería
4. Recepción y administración
5. Mantenimiento

#### PARTE 4. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Concepto de distribución de servicios.
2. Características diferenciales de la distribución turística.
3. Intermediarios turísticos.
4. Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.
5. Las agencias de viajes.
6. Funciones que realizan.
7. Tipos de agencias de viajes.
8. Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.
9. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
10. La ley de Viajes Combinados.
11. Las centrales de reservas.
12. Tipos y características
13. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
14. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
15. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA DE ALOJAMIENTO

1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:
2. Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAHV (Federación Universal de Agencias de Viajes).
3. Acuerdos y contratos.
4. Tipos de retribución en la venta de alojamiento
5. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento: Identificación y uso.
6. Reservas directas e indirectas.
7. Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.

8. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
9. Bonos de alojamiento: Tipos y características.
10. Principales proveedores de alojamiento: Cadenas hoteleras y centrales de reservas.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA DE TRANSPORTE

1. El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos.
2. Fuentes informativas del transporte aéreo regular.
3. El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relaciones. Tarifas.
4. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.
5. El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular.
6. El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

1. El producto turístico integrado.
2. Tipos de viajes combinados.
3. Los cruceros.
4. Tendencias del mercado.
5. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
6. Términos de retribución.
7. Manejo de programas y folletos.
8. Procedimientos de reservas.
9. Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
10. Principales tour-operadores nacionales e internacionales.
11. Grupos turísticos y procesos de integración.

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS VENTAS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. La venta de autos de alquiler.
2. Tarifas y bonos.
3. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
4. La venta de excursiones.
5. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
6. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
7. Aplicación de cargos por gestión

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MARKETING Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS EN LAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Concepto de Marketing.
2. El "Marketing" de servicios.
3. Especificidades.
4. Segmentación del mercado.

5. El “mercado objetivo”.
6. El Marketing Mix.
7. Elementos.
8. Estrategias.
9. Políticas y directrices de marketing.
10. El Plan de Marketing.
11. Características.
12. Fases de la de marketing.
13. Planificación de medios.
14. Elaboración del plan
15. Marketing directo.
16. Técnicas.
17. Argumentarios.
18. Planes de promoción de ventas.
19. La promoción de ventas en las agencias de viajes.
20. La figura del promotor de ventas y su cometido.
21. Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.
22. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.
23. Normativa legal sobre bases de datos personales.
24. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.
25. Decisores y prescriptores.
26. El merchandising.
27. Elementos de merchandising propios de la distribución turística.
28. Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Las agencias de viajes virtuales:
2. Evolución y características de la distribución turística en Internet.
3. El dominio de la demanda.
4. Estructura y funcionamiento.
5. La venta en el último minuto.
6. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)
7. Utilidades de los sistemas online:
8. Navegadores: Uso de los principales navegadores.
9. Correo electrónico, Mensajería instantánea.
10. Teletrabajo.
11. Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line.
12. Modelos de distribución turística a través de Internet.
13. Ventajas.
14. Tipos.
15. Eficiencia y eficacia.
16. Servidores online
17. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. PÁGINAS WEB DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y PORTALES TURÍSTICOS

1. El internauta como turista potencial y real.

Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística
3. Medios de pago en Internet:
4. Conflictos y reclamaciones on line de clientes

## PARTE 5. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y SISTEMA ECONÓMICO

1. El concepto y contenido del marketing evolución: Intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.
2. El marketing en el sistema económico
3. El marketing como cultura: evolución del marketing en la empresa. Tendencias actuales en el marketing
4. Marketing y dirección estratégica: marketing operativo y marketing estratégico

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADO RELEVANTE: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN

1. Orientación de las organizaciones hacia el entorno
2. Delimitación y definición del mercado
3. Bienes de consumo y su mercado
4. Uso del producto hacia el mercado industrial
5. Uso del producto hacia el mercado de servicios

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR Y LAS ORGANIZACIONES: ANÁLISIS

1. Comportamiento de compra: Estudio del alcance e interrelaciones con otras disciplinas y características
2. Comportamiento de compra de los consumidores: Condicionantes de compra
3. Estudio de los diferentes comportamientos de compra y etapas del proceso de compra en mercados de consumo
4. Comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial.

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Estrategia de segmentación del mercado: La importancia en la estrategia de las organizaciones
2. Segmentación de mercados: Criterios de consumo e industriales. Condiciones para una segmentación eficiente
3. Cobertura del mercado: Estrategias
4. Segmentación de mercados: Técnicas a priori y a posteriori

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE ESTRUCTURA COMPETITIVA Y DEMANDA

1. Primeros pasos
2. Concepto, factores condicionantes de la demanda y dimensiones del análisis de la demanda
3. Análisis de componentes y determinación del concepto de cuota de mercado de marca
4. Modelos explicativos: selección e intercambio de marca
5. Principales factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. MERCADOS Y EL MARKETING: INVESTIGACIÓN

1. El sistema de información de marketing y sus componentes
2. Investigación de mercados: Concepto, objetivos y aplicaciones
3. Estudio de investigación de mercados: Metodología de realización

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

1. Definición de producto: atributos formales del producto
2. Diferenciación y de posicionamiento del producto: Estrategias
3. Etapas del desarrollo y diseño de nuevos productos
4. El producto y su ciclo de vida
5. La cartera de productos: Modelos de análisis
6. Estrategias de crecimiento para las empresas

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

1. Concepto, utilidades e importancia del canal de distribución
2. Función de cada uno de los componentes del canal de distribución
3. Longitud, factores condicionantes, e intensidad del diseño del canal de distribución:
4. Formas comerciales: clasificación
5. El merchandising

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRECIOS

1. Introducción
2. Concepto e importancia del precio como instrumento de decisiones comerciales
3. Fijación de precios: Principales factores condicionantes
4. Fijación de precios: Procedimientos de fijación de precios y métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda
5. Fijación de precios: Estrategias

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

1. Concepto e importancia de la comunicación comercial
2. Principales factores condicionantes en la estrategia y del mix de comunicación comercial
3. Venta personal, publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing directo de mix de comunicación comercial
4. Imagen corporativa

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Concepto, utilidad y horizonte temporal: El plan de marketing:
2. Principales etapas del diseño del plan de marketing
3. Tipos de control en la ejecución y control del plan de marketing

## UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROYECTO FINAL: CREACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. Introducción

## PARTE 6. PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

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

1. Concepto de Turismo. Evolución del concepto de Turismo.
2. El sistema turístico. Partes o subsistemas.
3. La demanda turística. Tipos de demanda turística. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
4. La oferta turística. Componentes de la oferta turística.
5. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.
6. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.
7. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ALOJAMIENTO COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. La hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características.
2. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y 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. Transporte por ferrocarril:
3. Transporte acuático:
4. Transporte aéreo:

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. OTROS ELEMENTOS Y COMPONENTES DE LOS VIAJES COMBINADOS, EXCURSIONES O TRASLADOS.

1. El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contrastes. Normativa.
2. El alquiler de automóviles con y sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado fly-drive.
3. Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas. Prestaciones. Reservas.
4. Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
5. Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES.

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

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES.

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

## PARTE 7. PLANIFICACIÓN, PROGRAMACIÓN Y OPERACIÓN DE VIAJES COMBINADOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CREACIÓN Y OPERACIÓN DE VIAJES COMBINADOS.

1. Concepto de viaje combinado. Tipos. Viajes combinados elaborados bajo demanda y para la oferta.
2. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas. Condiciones de colaboración y términos de retribución.
3. Análisis de las fases de la elaboración, programación, comercialización y operación de los viajes combinados.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROGRAMACIÓN Y OPERACIÓN DE EXCURSIONES Y TRASLADOS.

1. Tipos de excursiones y visitas. Características y servicios que incluyen. Operaciones regulares y operaciones bajo demanda. Normativa aplicable. Programación y operación de excursiones.
2. Los traslados como operación propia de las agencias de viajes receptoras. Tipos de traslados. Programación y operación de traslados.

## PARTE 8. ECOTURISMO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN E HISTORIA DEL ECOTURISMO

1. Pequeña evolución del turismo nacional
  1. - Algunos tipos de turismos actuales
2. Ecoturismo evolución breve en el tiempo pero creciente en magnitud

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTO DE ECOTURISMO

1. Impactos producidos por el turismo
2. Ecoturismo en el sector turístico
3. Papel del ecoturismo en el turismo sostenible
4. Principios del ecoturismo
  1. - Conservación de los recursos y ecosistemas
  2. - Integración de las comunidades

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LUGARES DONDE SE DESARROLLA

1. Dónde se puede hacer ecoturismo
2. Viaje de ecogastronomía o enoturismo
3. Algunos lugares del mundo que resaltar...
4. Ecoturismo en España

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACTIVIDADES DEL ECOTURISMO

1. ¿Es tan primoroso el ecoturismo o por el contrario se mixtifica?
2. Actividades en el ecoturismo
3. Actores del ecoturismo
  1. - Sujetos clave en la toma de decisiones
  2. - Sujetos de apoyo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLAN PARA EL MANEJO DEL ECOTURISMO

1. Planificación y manejo del ecoturismo
2. Plan para el Manejo del Ecoturismo
  1. - Requisitos y financiación
3. Diagnóstico completo del lugar
  1. - Cuestiones del diagnóstico
  2. - Obtención de la información
  3. - Organización y formalización del diagnóstico
4. Análisis de datos y preparación del PME
  1. - Análisis de datos
  2. - Preparación del plan

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. DESARROLLO RURAL

1. Medio Rural
2. Desarrollo Rural
  1. - Década de los cincuenta y sesenta
  2. - Década de los setenta
  3. - Década de los ochenta
  4. - Década de los noventa
  5. - Desarrollo Rural en la sociedad actual
3. Agente de Desarrollo Rurales
  1. - Capacidades de los Agentes de Desarrollo Rural

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. NORMATIVA DE LA UE DE AYUDA AL DESARROLLO

1. Normativa de ayuda al desarrollo rural
  1. - Finalidad y conceptos
2. Programación
  1. - Contenido de la programación
  2. - Preparación, aprobación y modificación de los programas de desarrollo rural
3. Ayuda al desarrollo rural
  1. - Medidas
  2. - Disposiciones comunes a varias medidas
  3. - Asistencia técnica y creación de redes

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. TURISMO RURAL

1. Evolución del turismo rural
2. Concepto de turismo rural
3. Modelos de turismo en el medio rural
  1. - Modelos de turismo en la naturaleza

2. - Características de los tipos de turistas de naturaleza
4. Turismo rural como producto
  1. - Los productos de turismo rural
  2. - Recursos turísticos
5. El entorno
  1. - Elementos del entorno rural
6. Estrategias de marketing para el turismo rural
  1. - Tipos de publicidad utilizados en el turismo rural

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL

1. Crisis ambiental
2. Algunas consecuencias del cambio climático
3. Conceptos y términos básicos
  1. - Efecto invernadero
  2. - Degradación Ambiental
  3. - Hacia un desarrollo sostenible
4. Turismo, medio ambiente y legislación Nacional
  1. - Legislación nacional de interés
5. La sociedad y el medio ambiente
  1. - Los medios de comunicación
  2. - Educación ambiental
  3. - Voluntariado ambiental
  4. - Buenas prácticas ambientales en la actividad profesional objeto de formación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. EDUCACIÓN E INFORMACIÓN AMBIENTAL

1. ¿Por qué es importante la participación pública?
  1. - ¿Cómo se regula?
  2. - Cómo se puede realizar la participación pública
  3. - Problemas de participación y medición de conflictos
  4. - Herramientas de participación
2. Educación ambiental
  1. - El libro blanco de la educación ambiental en España en pocas palabras
  2. - Ecocampus
  3. - El Uso público
3. Programas de educación ambiental
  1. - Programas internacionales
  2. - Programas de ámbito estatal
  3. - Programas en comunidades autónomas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE AGROTURISMO

1. Agroturismo
2. Oferta, demanda, cliente...
  1. - Conservación de los recursos
3. Participación del agroturismo en la educación ambiental

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. AGROTURISMO Y SUS PRINCIPALES ACTIVIDADES

1. Aspectos subjetivos del agroturismo
2. Principales actividades del agroturismo
  1. - Actividades con animales
  2. - Actividades en huertas y jardines
  3. - Actividades con productos del bosque y de la tierra
  4. - Elaboración de productos caseros
  5. - Otras actividades
  6. - Evaluación de las actividades

#### UNIDAD DIDÁCTICA 13. PROGRAMA DE LA TRIPLE R PARA LA GESTIÓN DE RESIDUOS

1. Obsolescencia y la triple R
2. Reducción
3. Reutilización
  1. - La bolsa de subproductos
  2. - Compostaje
4. Reciclaje
5. La recogida selectiva
  1. - Vidrio
  2. - Papel y Cartón
  3. - Plásticos
  4. - Pilas
  5. - Materiales Textiles
  6. - Medicamentos
  7. - Aceites
  8. - Radiografías
  9. - Metales
6. Las plantas de recuperación de residuos sólidos urbanos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 14. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS

1. Riesgos Naturales
  1. - Definiciones y cálculo de riesgo total
  2. - Gestión y análisis del riesgo
2. Accidente e incidente dos conceptos diferentes
  1. - Tipología de la organización
  2. - Causas externas o internas
  3. - Auditoría ambiental

## ¿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](mailto:formacion@euroinnova.com)

 [www.euroinnova.edu.es](http://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