



EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación

Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación U

Universitaria

Titulación certificada por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

Duración: 710 horas

Precio: 999 € *

Modalidad: Online

* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.



Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

Descripción

Si tiene interés en el sector turístico y quiere conocer los aspectos fundamentales para desenvolverse de manera profesional en él, en este momento, con el Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística podrá adquirir los conocimientos necesarios para realizar esta función de la mejor manera posible. El entorno del turismo es un pilar fundamental en la economía de los países, es por ello que intentar optimizarlo y sacar el mayor partido de él ya que nos puede brindar muchas oportunidades de carácter cultural, económico, social etc. Realizando este Master conocerá diferentes técnicas de este ámbito, como el diseño de productos turísticos, comunicación con el cliente, información al turista etc. Además podrá aplicar técnicas de inteligencia de negocio y big data en este e

Euroinnova Business School

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

cursos Homologados

Además Euroinnova cuenta con más de 10.000

cursos online

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



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



Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

A quién va dirigido

El Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística está dirigido a profesionales del sector turístico deseen seguir formándose en la materia, así como a personas interesadas en la inteligencia turística que quieran especializarse en este entorno.

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.
- Evaluar los resultados de los datos obtenidos durante los procesos de control de productos o servicios del sector de hostelería y turismo, proponiendo actuaciones para la mejora continua.
- Aplicar técnicas para el tratamiento de las solicitudes de información turística, quejas y reclamaciones que habitualmente se producen en centros o servicios de información turística y su resolución más adecuada.
- Evaluar la potencialidad turística en un ámbito determinado que permita detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.
- Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal en el ámbito de la actividad turística, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información con otros profesionales de su ámbito.
- Interpretar, sin precisar un diccionario, documentos de complejidad media escritos en inglés, en el ámbito de la actividad turística, para obtener información, procesarla y llevar a cabo las acciones oportunas.
- Realizar un plan de marketing en el ámbito del turismo.
- Conocer a fondo el concepto de inteligencia de negocio.
- Diseñar un modelo óptimo de negocio.
- Conocer y tomar decisiones sobre el proceso de Big Data y el Marketing Estratégico.

Para que te prepara

Este Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística le prepara para conocer de manera amplia y precisa el sector del turismo y las diferentes técnicas y procesos para dedicarse de manera profesional a esta labor, adquiriendo los métodos oportunos para desarrollar estrategias de marketing turístico.

Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

Salidas laborales

Agencias de viajes / Centrales de reservas / Empresas relacionadas con el sector turístico / Hoteles / Entidades dedicadas a la distribución turística.

Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística con 600 horas expedida por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales
- Titulación Universitaria en Planificación de Destinos Turísticos con 4 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

TITULACIÓN EXPEDIDA POR
EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



3ª Mejor Escuela de Negocios
España
(RANKING EL ECONOMISTA)

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber 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 institución que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).

Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria



EUROINNOVA FORMACION

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

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

Nombre de la Acción Formativa

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

Con una calificación de SOBRESALIENTE

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

La dirección General

Ei/La interesado/a

Sello



INTERNATIONAL COMMISSION ON DISTANCE EDUCATION
On Statute Consultive Congress Special of Consejo Económico y Social de la UNESCO (plum. Resolución 60/8)

Forma de financiación

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

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

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

Metodología

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

Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

Materiales didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Marketing Turístico'
- Manual teórico 'Turismo. Vol 1'
- Manual teórico 'Turismo. Vol 2'
- Manual teórico 'Business Intelligence y Big Data'
- Manual teórico 'Planificación de Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Inteligencia de Negocio'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

Profesorado y servicio de tutorías

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

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

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

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



Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

Plazo de finalización

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

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

Bolsa de empleo

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

Agencia de colocación autorizada N° 9900000169

Club de alumnos

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

Revista digital

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

Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

Programa formativo

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

5.Europea.

MÓDULO 3. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA.

- 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. Cumplimentación 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. MARKETING TURÍSTICO

1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

- 2.Conceptos básicos sobre la demanda
- 3.Análisis de la demanda turística
 - 1.- Clasificación de la demanda
 - 2.- Demanda turística internacional y nacional
- 4.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
- 5.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

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 3. PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TURISMO Y ANIMACIÓN TURÍSTICA

1.El turismo

2.Productos turísticos

3.Animación turística

4.El animador turístico

1.- Funciones

2.- Características del animador turístico

3.- Habilidades psicológicas del animador turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 museos. Ámbito regional y local

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INFORMACIÓN PARA VISITAS CULTURALES GUIADAS

1.Comunicación de información según tipos de hipotéticos receptores

2.Conceptos de interpretación. Técnicas de interpretación. La interpretación del patrimonio en los bienes de interés cultural.

Principios y objetivos. Interpretación y turismo

3.La interpretación del patrimonio en los bienes de interés cultural. Principios y objetivos. Interpretación y turismo

4.Medios interpretativos: personales y no personales

5.Control de tiempo disponible para la transmisión de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. LA VENTA DEL ALOJAMIENTO

1.Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes

2.Fuentes informativas de la oferta de alojamiento

- 3.Reservas directas e indirectas
- 4.Tipos de tarifas y condiciones de aplicación
- 5.Bonos de alojamiento
- 6.Principales proveedores de alojamiento

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

- 1.El producto turístico integrado
- 2.Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas
- 3.Procedimientos de reservas
- 4.Principales tour-operadores nacionales e internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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 11. 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 12. MOTIVACIÓN Y ANIMACIÓN DE GRUPOS

1. El liderazgo. La personalidad del líder
2. Concepto y tipología de grupos
3. Relaciones intergrupo. Cooperación y competición
4. Motivación inducida
5. Reforzadores positivos/negativos. Mantenimiento de la conducta
6. La asertividad

PARTE 4. INTELIGENCIA DE NEGOCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Definición de Business Intelligence o Inteligencia de negocio
2. Obtención y análisis de información
3. Utilidad y finalidades de la inteligencia de negocio
4. Toma de decisiones estratégicas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MODELIZACIÓN DEL NEGOCIO

1. Definición de modelo de negocio
2. Efectos de los cambios en el modelo de negocio sobre el resultado
3. Importancia de un diseño óptimo de modelo de negocio
4. Indicadores clave

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODELOS DE DATOS

1. Utilidad del modelo entidad-relación
2. Esquemas estrella
3. Esquemas "snowflake" o "copo de nieve"
4. Introducción a la granularidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Componentes de la inteligencia de negocio
2. Fuentes de información
3. El proceso de extracción, transformación y limpieza de datos o ETL
4. Herramientas fundamentales para la inteligencia de negocio
5. Herramientas OLAP

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROYECTOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Necesidad de planificación de proyectos de inteligencia de negocio en la organización
2. Objetivos del proyecto
3. Evaluación de los recursos y plazos
4. Fases en la planificación del proyecto
5. Puntos clave para el éxito o fracaso del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SELECCIÓN DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Formación e implicación del personal

2. Proceso informal de selección de herramientas y proveedores
3. Proceso formal de selección de proveedores
4. Productos y proveedores de business intelligence

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANÁLISIS DE IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS

1. Fases del análisis de implementación de proyectos de business intelligence
2. Descripción del proyecto y de la empresa
3. Fase de inicio del proyecto
4. Planificación del proyecto: objetivos alcance y riesgos
5. Diseño del modelo de datos
6. Ejecución del proyecto
7. Finalización y evaluación del proyecto
8. Feedback y autoaprendizaje

UNIDAD DIDÁCTICA 8. NUEVAS TENDENCIAS

1. Calidad y presentación de la información generada por BI
2. Externalización del proceso de inteligencia de negocio
3. La paradoja de la productividad
4. Adopción de una solución única
5. Nuevas tendencias en herramientas de inteligencia de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BIG DATA Y BUSINESS INTELLIGENCE (BI)

1. Qué es Big Data
2. La era de las grandes cantidades de información: Historia del Big Data
3. La importancia de almacenar y extraer información
4. Reglas para los Big Data
5. Big Data enfocado a los negocios
6. Open Data
7. IoT (Internet of Things - Internet de las cosas)

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ASPECTOS INTRODUCTORIOS DE CLOUD COMPUTING

1. Orígenes del cloud computing
2. Qué es cloud computing
3. Características del cloud computing
4. La nube y los negocios
5. Modelos básicos en la nube

UNIDAD DIDÁCTICA 11. FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIO

1. Introducción a los procesos de negocio
2. Estructura sistemática de la organización
3. Concepto de Sistema y operación
4. Estructuras organizacionales funcionales
5. El carácter interfuncional de las operaciones
6. Deficiencias del organigrama
7. La organización horizontal
8. Los procesos y tipologías

9. Tecnologías de información en los procesos
10. Procesos en las nuevas formas organizativas
11. Estandarización de procesos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. BUSINESS PROCESS MANAGEMENT

1. Concepto de Business Process Management (BPM)
2. Las iniciativas de negocio de BPM
3. Los objetivos del BPM
4. Aplicaciones para desarrollar el BPM

UNIDAD DIDÁCTICA 13. METODOLOGÍA BPM

1. Introducción al ciclo de vida de los procesos con BPM
2. Modelado y análisis de procesos de negocio
3. Simulación de procesos de negocio
4. El entorno de ejecución de BPM
5. Monitorización de Actividades de Negocio (BAM)
6. Factores clave para un proyecto BPM

UNIDAD DIDÁCTICA 14. TECNOLOGÍAS Y SOLUCIONES BPM

1. Definición de Business Process Management System (BPMS)
2. Criterios de evaluación de soluciones BPM
3. Ejercicio práctico de BPM

UNIDAD DIDÁCTICA 15. BUSINESS PROCESS INTELLIGENCE (BPI)

1. Fundamentos de Business Intelligence o Inteligencia de negocio
2. Business Process Intelligence
3. Minería de Procesos

PARTE 5. BUSINESS INTELLIGENCE Y BIG DATA

MÓDULO 1. BIG DATA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. BIG DATA Y BUSINESS INTELLIGENCE (BI)

1. ¿Qué es Big Data?
2. La era de las grandes cantidades de información: historia del big data
3. La importancia de almacenar y extraer información
4. Big Data enfocado a los negocios
5. Open data
6. Información pública
7. IoT (Internet of Things - Internet de las cosas)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES DE UN PROYECTO DE BIG DATA

1. Diagnóstico inicial
2. Diseño del proyecto
3. Proceso de implementación
4. Monitorización y control del proyecto
5. Responsables y recursos disponibles
6. Calendarización

7. Alcance y valoración económica del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BIG DATA Y MARKETING

1. Apoyo del Big Data en el proceso de toma de decisiones
2. Toma de decisiones operativas
3. Marketing estratégico y Big Data
4. Nuevas tendencias en management

MÓDULO 2. BUSINESS INTELLIGENCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESENTACIÓN A BUSINESS INTELLIGENCE

1. ¿Qué es Business Intelligence?
 - 1.- Business Intelligence en Excel

2. POWER QUERY

3. POWER PIVOT

4. POWER VIEW

5. POWER MAPS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POWER QUERY

1. Primeros pasos con Power Query
 - 1.- Instalación
 - 2.- Buscar y cargar datos
 - 3.- Combinar y modificar datos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POWER PIVOT

1. POWER PIVOT
 - 1.- Habilitar herramienta Power Pivot
 - 2.- Cargando modelos de datos
 - 3.- Crear cálculos
 - 4.- Crear relaciones
 - 5.- Crear jerarquías

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POWER VIEW

1. Primeros pasos con Power View
 - 1.- Instalación
 - 2.- Crear informe
 - 3.- Crear informe de Sectores
 - 4.- Comparación de Sectores

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POWER MAP

1. Power Map
 - 1.- Instalación
 - 2.- Crear recorrido Power Map

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria

PROGRAMA DE BECAS PARA MASTER

Euroinnova cuenta con un programa de [becas de master](#) para ayudarte a decidir tu futuro, puedes entrar y solicitarla, Euroinnova cuenta con más de 2000 [master online](#) que puedes consultar y solicitar tu beca.

Haz clic para conocer nuestro catálogo de [cursos online](#)

Terminos relacionados:

acuático, Agencias, Alojamiento, atención, barco, Big, Calidad, carretera, Centrales, Cliente, combinado, Comunicación, Data, ferroviario, hostelería, Hotel, Inglés, Inteligenica, negocio, profesional, Reservas, Restauración, transporte, tren, viajes

Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística + Titulación Universitaria



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

FICHA DE MATRICULACIÓN

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

POSTGRADO EN QUE DESEA MATRICULARSE: :

.....

Nombre:

Apellidos:.....

DNI/ID/Pasaporte:.....

Domicilio envío:

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

Localidad:.....

Provincia:..... País:.....

Teléfono:..... E-mail:.....

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

Forma de pago

Observaciones:.....

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



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

DESDE ESPAÑA LLAMA GRATIS A:
900 831 200

DESDE FUERA DE ESPAÑA:
+ 34 958 05 02 00

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

Información gratis Master en Inteligencia y Estrategia Turística: Gestión y Competitividad Turística +



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200