

# Masters Profesionales

Master en Innovación y Marketing Turístico + 5 Créditos ECTS



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

# Índice

Master en Innovación y Marketing Turístico + 5 Créditos ECTS

1. Sobre Inesem
2. Master en Innovación y Marketing Turístico + 5 Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Porqué elegir Inesem?
6. Orientacion
7. Financiación y Becas

# SOBRE INESEM

## BUSINESS SCHOOL

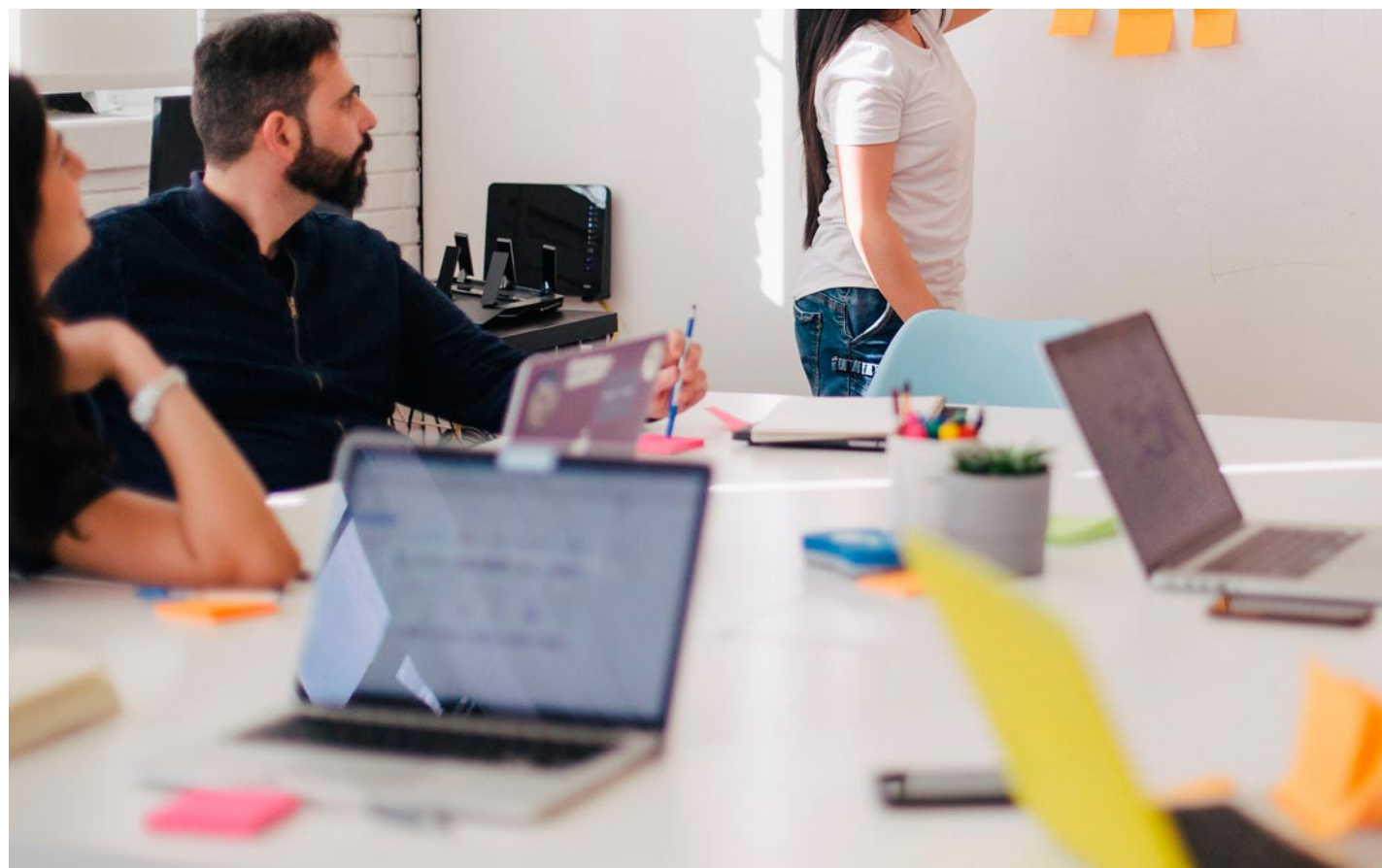


INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



## Master en Innovación y Marketing Turístico + 5 Créditos ECTS



|               |        |
|---------------|--------|
| DURACIÓN      | 1500   |
| PRECIO        | 1795 € |
| CRÉDITOS ECTS | 5      |
| MODALIDAD     | Online |

Entidad impartidora:



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

## Titulación Masters Profesionales

Doble titulación:

- Título Propio Master en Innovación y Marketing Turístico expedido por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM).  
"Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."
- Título Propio Universitario en Gestión de I+D expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS

# Resumen

Este Master en Innovación y Marketing turístico te aportará los conocimientos requeridos para poder desenvolverte de manera profesional en el marketing y la innovación especializado en el sector turístico. La innovación y las últimas técnicas de marketing son necesarias para seguir siendo competitivos en un sector en constante crecimiento y cambio y que necesita de los mejores profesionales para poder seguir siendo competitivos tanto a nivel empresas como a nivel de destinos. Con este master, te especializarás en branding, posicionamiento y gestión de marca además de obtener las herramientas necesarias para liderar el cambio digital en las empresas turísticas, así como obtener conocimientos para desarrollarte en ellas.

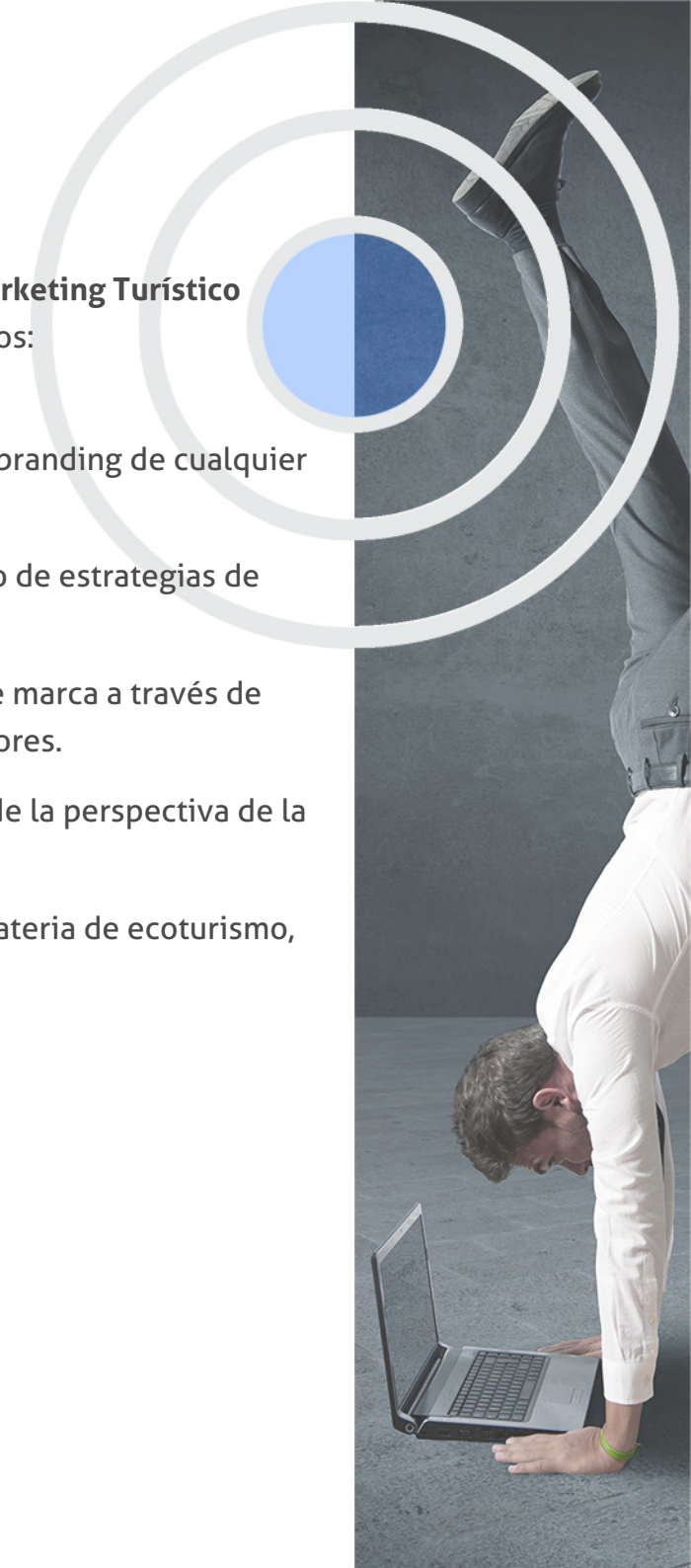
## A quién va dirigido

Los profesionales del sector turístico que desean profundizar en las nuevas formas digitales de consolidar su marca o captar nuevos clientes a través del marketing digital serán los principales interesados en el Máster en Innovación y Marketing Turístico. También aquellos que desean iniciar una actividad emprendedora en el sector turístico o de la innovación con una formación cualificada.

# Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Innovación y Marketing Turístico** + 5 Créditos ECTS usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Aprender a gestionar, consolidar y promocionar el branding de cualquier empresa del sector turístico
- Afianzar la imagen de marca mediante el desarrollo de estrategias de marketing relacional, experiencial o emocional.
- Realizar una estrategia omnicanal de promoción de marca a través de redes sociales, contenidos, o publicidad en buscadores.
- Aplicar la innovación a las empresas turísticas desde la perspectiva de la accesibilidad, la sostenibilidad y la tecnología.
- Conocer las tendencias del mercado turístico en materia de ecoturismo, sostenibilidad, o desarrollo turístico local.







¿Y, después?

### Para qué te prepara

Con el Máster en Innovación y Marketing Turístico aprenderás a dominar las estrategias digitales más innovadoras que te permitan promocionar los servicios turísticos de tu empresa de una forma efectiva y con una base sólida de conocimiento en marketing digital. Aprenderás los nuevos hábitos de consumo en el sector y diseñarás campañas orientadas a reforzar tu imagen de marca y conseguir nuevos clientes.

### Salidas Laborales

Tras finalizar el Máster en Innovación y Marketing Turístico tendrás la oportunidad de acceder a puestos de trabajo dentro de los departamentos de marketing en empresas que se dedican al turismo o al ecoturismo. También podrás crear productos turísticos sostenibles, alternativos o inteligentes pudiendo así, acceder a departamentos de innovación en este tipo de empresas.

## ¿Por qué elegir INESEM?

*El alumno es el protagonista*

01

Nuestro modelo de aprendizaje se adapta a las necesidades del alumno, quién decide cómo realizar el proceso de aprendizaje a través de itinerarios formativos que permiten trabajar de forma autónoma y flexible.



*Innovación y Calidad*

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

02

*Empleabilidad y desarrollo profesional*



03

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

*INESEM Orienta*

Ofrecemos una asistencia complementaria y personalizada que impulsa la carrera de nuestros alumnos a través de nuestro Servicio de Orientación de Carrera Profesional permitiendo la mejora de competencias profesionales mediante programas específicos.



04

*Facilidades Económicas y Financieras*



05

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades para la realización del pago de matrículas 100% sin intereses así como un sistema de Becas para facilitar el acceso a nuestra formación.



# PROGRAMA ACADEMICO

Master en Innovación y Marketing Turístico + 5 Créditos ECTS

Módulo 1. **Branding y gestión de marca**

Módulo 2. **Social media strategy**

Módulo 3. **Técnicas de marketing on line, buscadores, social media y móvil**

Módulo 4. **Consultor seo/sem**

Módulo 5. **Gestión de i+d**

Módulo 6. **Innovación digital en turismo**

Módulo 7. **Innovación para las empresas digitales**

Módulo 8. **Productos turísticos sostenibles, alternativos e inteligentes**

Módulo 9. **Proyecto fin de máster**

Módulo 1.

Branding y gestión de marca

Unidad didáctica 1.

¿qué es una marca? definición e integrantes

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

Unidad didáctica 2.

Procesos de creación de la marca

1. La planificación estratégica
2. Brand Equity o el valor de marca
3. La imagen cómo comunicadora

Unidad didáctica 3.

La marca y su comunicación

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La presencia de la marca en el medio online
3. Comunicación visual

Unidad didáctica 4.

Estrategias y gestión de marca

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

Unidad didáctica 5.

Marketing experiencial

1. El Marketing experiencial según Schmitt
2. Las fases de la experiencia
3. Las 7 Íes del Marketing Experiencial
4. El storytelling y el Storylistening
5. Desarrollar una estrategia de Marketing Experiencial
6. Customer Experience y Smart Engagement

Unidad didáctica 6.

Marketing sensorial y emocional

1. Del comprador sensorial al cliente recurrente
2. El cliente como prescriptor
3. El circuito de la dopamina
4. Efectos del marketing ante estímulos psicológicos
5. Proceso de cambio de los hábitos de consumo
6. Generación de ventas recurrentes
7. Gestión de las emociones

Unidad didáctica 7.

Marketing relacional

1. Conceptualización del marketing relacional
2. Fidelización del cliente
3. Herramientas de análisis en los programas de fidelización
4. Métricas en marketing relacional

Unidad didáctica 8.

Design thinking

1. Introducción al Design Thinking
2. El proceso en Design Thinking
3. Metodología en Design Thinking



# Módulo 2.

## Social media strategy

### Unidad didáctica 1.

#### Ecosistema 20 y social media

- 1. Definición de la Web 2.0
- 2. Tipos de redes sociales
- 3. Importancia actual del social media
- 4. El prosumer
- 5. Marketing viral

### Unidad didáctica 2.

#### La figura del comunity manager

- 1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
- 2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
- 3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
- 4. Los objetivos de un Community Manager
- 5. Tipos de Community Manager

### Unidad didáctica 3.

#### Facebook, twitter y linkedin

- 1. Red social generalista: Facebook
- 2. 2.Microblogging: Twitter
- 3. 3.La red social de los profesionales y reclutamiento:LinkedIn

### Unidad didáctica 4.

#### Youtube, instagram y pinterest

- 1. El poder del vídeo: Youtube
- 2. Imagen y branding: Instagram
- 3. Red de nicho: Pinterest

### Unidad didáctica 5.

#### Social media plan

- 1. Elección de canales
- 2. Planificación de la estrategia
- 3. El contenido es el rey
- 4. Social Media Engagement
- 5. ORM: Online Reputation Management

### Unidad didáctica 6.

#### Atención al cliente en social media

- 1. Social Listening
- 2. Uso de chatbots en Facebook Messenger
- 3. Instagram Direct y gestión de comentarios
- 4. Twitter como canal de atención al cliente

### Unidad didáctica 7.

#### Blogging y wordpress

- 1. Definición y funciones del blog
- 2. Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress
- 3. Configuración inicial de Wordpress
- 4. Páginas de WordPress
- 5. Diseño del blog
- 6. Publicación de contenidos
- 7. Gestión de comentarios
- 8. Plugins par aoptimizar el SEO

### Unidad didáctica 8.

#### Social media optimization: herramientas para acciones de smo

- 1. Herramientas básicas
- 2. Herramientas de gestión
- 3. Herramientas de multiposting
- 4. Herramientas de gestión integral
- 5. Herramientas de monitorizacion integral

### Unidad didáctica 9.

#### Introducción al copywriting

- 1. ¿Qué es el copywriting?
- 2. Conectar, emocionar y convencer
- 3. Principales técnicas de copywriting
- 4. SEO para Copywriting
- 5. La importancia de los títulos

### Unidad didáctica 10.

#### Analítica en social media

- 1. Facebook Insights
- 2. Estadísticas de Instagram
- 3. Twitter Analytics
- 4. Analítica en LinkedIn
- 5. Youtube Analytics

# Módulo 3.

## Técnicas de marketing on line, buscadores, social media y móvil

### Unidad didáctica 1.

#### Herramientas del marketing on line

1. Cómo hacer una campaña publicitaria OnLine
2. Otras modalidades de promoción Online
3. Los leads
4. Selección de palabras clave
5. Campañas de video marketing
6. E-mail marketing
7. La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing
8. Conseguir contactos y bases de datos para campañas de email marketing
9. Personalización de la oferta y permission marketing
10. Permission marketing
11. Marketing viral
12. Marketing de afiliación
13. Qué es trade marketing
14. Indicadores clave de desempeño (KPI)

### Unidad didáctica 2.

#### Marketing de buscadores

1. Cómo funciona el marketing de buscadores
2. Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario
3. Búsqueda orgánica o SEO
4. Cómo funciona el algoritmo de Google
5. Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google
6. Relevancia del contenido
7. Eligiendo palabras objetivo
8. La importancia de los enlaces entrantes
9. Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas
10. Técnica para conseguir ser enlazado
11. La importancia de las palabras de enlace
12. Enlaces y textos de enlaces
13. Enlaces internos
14. Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles
15. Densidad de página y densidad de keyword (Keyword density)
16. Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis
17. Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y css
18. Uso de frames
19. Redirects

20. Enlaces Javascript y Flash
21. Cloacking o páginas exclusivas para buscadores
22. Comandos útiles de Google
23. SEM y Google adwords
24. Posicionamiento publicitario y pago por click
25. Compra de palabras clave y SEM
26. Publicidad basada en resultados
27. Posicionamiento en Google maps
28. Herramientas de monitorización SERP
29. Google trends
30. Autopráctica Google trends
31. Informes de Google
32. Google analytcs
33. Medir y analizar resultados

### Unidad didáctica 3.

#### Smo (social media optimization)

1. El origen de los medios sociales
2. Social media
3. Tipos de medios sociales
4. Marketing en medios sociales
5. El Plan de medios sociales
6. Estrategias de social media
7. Campañas en medios sociales
8. Objetivos generales de una campaña en redes sociales
9. El Crowdsourcing
10. Medición de resultados de un social media plan
11. Analítica social y estrategia
12. Objetivos
13. IOR
14. Impact of relationship

## Unidad didáctica 4.

### Redes sociales como herramienta de marketing

1. Tipos de redes sociales
2. ¿Por qué hacer marketing en redes sociales?
3. El marketing viral y las redes sociales
4. La publicidad en las redes sociales. Dónde, cómo y para qué
5. Herramientas para crear y organizar contenido en redes sociales
6. Facebook, MySpace, Tuenti, Twitter y Youtube y otras aplicaciones de video y fotografía
7. Redes sociales profesionales en España
8. Otras redes sociales importantes
9. Aplicaciones para la gestión de redes sociales
10. Geolocalización en las redes sociales
11. Social bookmarking- explicación gráfica

## Unidad didáctica 5.

### Los blogs como herramientas de marketing

1. Los blogs como herramienta de marketing
2. Mis primeros pasos con el blog
3. Los factores del éxito en los blogs
4. Relaciona conceptos
5. Yammer y las wikis

## Unidad didáctica 6.

### Sindicación de contenidos y podcasting

1. Sindicación de contenidos
2. RSS
3. Lector de feed
4. ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?
5. Cómo reunir los feeds RSS
6. PodCasting
7. Radar de noticias personales
8. Lifestreaming
9. Crear nuestro propio feed RSS
10. Directorios RSS

## Unidad didáctica 7.

### Mobile marketing, televisión digital y video on demand

1. Marketing móvil
2. Formas de conectarse a internet a través del móvil
3. Otras aplicaciones de marketing móvil
4. Formatos estándares en internet móvil
5. Marketing de móviles
6. Consejos para una estrategia de marketing móvil
7. SMS marketing
8. Televisión digital
9. Televisión por internet

# Módulo 4.

## Consultor seo/sem

## Unidad didáctica 1.

### Introducción al seo

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: Algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en google
5. Estrategia SEO

## Unidad didáctica 2.

### Introducción al sem

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistemas de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad

## Unidad didáctica 3.

### Seo on page

1. Introducción al SEO on page
2. ¿En qué consiste el SEO On Page?
3. Keyword Research
4. Herramientas
5. Arquitectura del Sitio Web
6. Análisis de los Metadatos- Screaming Frog
7. Usabilidad y Experiencia de Usuario- UX
8. Auditoría On Page

## Unidad didáctica 4.

### Seo off page: enlaces

1. Introducción al SEO off page
2. Backlinks
3. Consideraciones de los enlaces
4. Análisis de enlaces

## Unidad didáctica 5.

### Seo local

---

- 1. 1.Introducción al SEO Local
- 2. ¿Qué es el SEO Local?
- 3. Estrategia de SEO Local
- 4. Google My Business

## Unidad didáctica 6.

### Seo y copiwritting

---

- 1. Introducción al SEO y copywritting
- 2. SEO Copywritting
- 3. Claves principales para una estrategia de SEO-Copywritting

## Unidad didáctica 7.

### Seo especializado

---

- 1. SEO Internacional
- 2. SEO para Apps: ASO
- 3. SEO para Amazon Marketplace
- 4. SEO en Youtube

## Unidad didáctica 8.

### Posicionamiento patrocinado en buscadores (sem)

---

- 1. Conceptos clave
- 2. Inversión en anuncios publicitarios
- 3. Principales plataformas del marketing en buscadores
- 4. Google AdWords
- 5. Bing Ads
- 6. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

## Unidad didáctica 9.

### Publicidad en social media, facebook ads e instagram ads

---

- 1. Publicidad en social media
- 2. Facebook Ads
- 3. Instagram Ads

## Unidad didáctica 10.

### Indicadores clave del rendimiento en seo y sem

---

- 1. Indicadores clave de rendimiento en SEM
- 2. Introducción a la analítica web
- 3. Funcionamiento Google Analytics
- 4. Instalación y configuración de Google Analytics
- 5. Configuración de las vistas mediante filtros
- 6. Informes de Audiencia
- 7. Informes de Adquisición
- 8. Informes de Comportamiento

Unidad didáctica 1.

La innovación como necesidad

- 1. La innovación como cromosoma empresarial
- 2. Objetivos de la estrategia innovadora
- 3. ¿Qué se considera innovación?
- 4. Tipos de innovación
- 5. Fuentes de la innovación

Unidad didáctica 2.

Hacia la empresa innovadora

- 1. La estrategia hacia la innovación
- 2. Liderazgo y motivación para la innovación
- 3. La mentalidad emprendedora
- 4. La gestión de proyectos
- 5. El Proceso de I+D+i

Unidad didáctica 3.

¿cómo se gestiona la innovación?

- 1. Definición de la gestión de la innovación
- 2. Concepto y tipos de innovación
- 3. Fundamentos de la innovación tecnológica
- 4. El proceso de I+D+i y modelos de gestión
- 5. Agentes, actividades y técnicas de gestión de la innovación

Unidad didáctica 4.

El caso particular de la innovación tecnológica

- 1. ¿Qué se considera innovación tecnológica?
- 2. Tipología de la tecnología
- 3. La innovación tecnológica en la empresa
- 4. Implantación de un Plan de Actuación Tecnológico
- 5. Transferencia tecnológica

Unidad didáctica 5.

Vigilancia tecnológica

- 1. Tipos de vigilancia tecnológica
- 2. Aspectos esenciales de la vigilancia tecnológica
- 3. Búsqueda de información
- 4. Implantación de la vigilancia tecnológica

Unidad didáctica 6.

Estudio de la tendencia tecnológica

- 1. Introducción
- 2. Concepto y nociones esenciales de la prospectiva tecnológica
- 3. Tipología de técnicas para la prospectiva tecnológica
- 4. Requisitos de implantación

Unidad didáctica 7.

Desing thinking

- 1. Concepto de Design Thinking
- 2. Áreas de aplicación y potenciales beneficios
- 3. Creatividad y desarrollo de nuevos productos
- 4. Premisas Fundamentales
- 5. El proceso de innovación

Unidad didáctica 8.

Sistemas de gestión de la i+d+i une 166002

- 1. Introducción
- 2. Sistema de gestión de la I+D+i
- 3. Objetivos y planificación de I+D+i
- 4. Soporte a la I+D+i
- 5. Desarrollo de proyectos I+D+i
- 6. Evaluación del desempeño del sistema de gestión

Unidad didáctica 9.

Certificación de un proyecto de i+d+i

- 1. ¿Qué es un proyecto de I+D+i?
- 2. Certificaciones de proyectos de I+D+i
- 3. Organismos certificadores
- 4. ¿Cómo conseguir la certificación?
- 5. Ventajas de certificar el proyecto de I+D+i



Unidad didáctica 10.  
Financiación de proyectos

---

- 1. Búsqueda de canales de financiación
- 2. Financiación pública
- 3. Financiación privada
- 4. Métodos alternativos de financiar la innovación

Unidad didáctica 11.  
Propiedad intelectual concepto de autor

---

- 1. Concepto de autor
- 2. Derechos de autor
- 3. Supuestos especiales de autoría

Unidad didáctica 12.  
Registros de obras y protección preventiva

---

- 1. Introducción
- 2. Registro General de la Propiedad Intelectual
- 3. Registros privados de propiedad intelectual
- 4. Símbolos o indicativos de la reserva de derechos

Unidad didáctica 13.  
Patentes, diseños industriales y modelos de utilidad

---

- 1. Requisitos de una patente
- 2. Clases de patentes
- 3. Procedimiento de registro de patentes
- 4. Diseños industriales
- 5. Modelos de utilidad

Unidad didáctica 14.  
Open innovation

---

- 1. Definición y beneficios de la Open Innovation
- 2. Nuevas oportunidades de negocio. Aprovechamiento
- 3. Clúster y su relación con la Open Innovation
- 4. Innovación Inversa
- 5. Oportunidades de innovación y la globalización

Módulo 6.  
Innovación digital en turismo

Unidad didáctica 1.  
Globalización y mercado turístico

---

- 1. Tturismo y Globalización
- 2. Revolución digital
- 3. Cambios sociales actuales
- 4. Competencia abierta
- 5. La accesibilidad y la sostenibilidad en turismo

Unidad didáctica 2.  
Nuevos perfiles de clientes

---

- 1. El turismo tradicional y el turismo actual
- 2. Motivaciones del turista a la hora de viajar
- 3. Nuevas formas de viajar
- 4. Los nuevos clientes: perfiles y segmentos

Unidad didáctica 3.  
Innovar en productos y servicios turísticos

---

- 1. la creatividad
- 2. Proceso de la innovación
- 3. Gestión del conocimiento

Unidad didáctica 4.  
Accesibilidad en turismo

---

- 1. ¿Qué es la accesibilidad?
- 2. La cadena de accesibilidad turística
- 3. Las áreas de actuación en accesibilidad
- 4. Diagnóstico y Evaluación de la accesibilidad

## Unidad didáctica 5.

### 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 6.

### Destino turístico inteligente (dti)

---

- 1. Conceptos previos
- 2. Regulación de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)
- 3. Red de Destinos Turísticos Inteligentes

# Módulo 7.

## Innovación para las empresas digitales

## Unidad didáctica 1.

### Principios de gestión de la innovación

---

- 1. Definición de la gestión de la innovación
- 2. Concepto y tipos de innovación
- 3. Fundamentos de la innovación tecnológica
- 4. El proceso de I+D+i y modelos de gestión
- 5. Agentes, actividades y técnicas de gestión de la innovación

## Unidad didáctica 2.

### Vigilancia tecnológica

---

- 1. Tipos de vigilancia tecnológica
- 2. Aspectos esenciales de la vigilancia tecnológica
- 3. Búsqueda de información
- 4. Implantación de la vigilancia tecnológica

## Unidad didáctica 3.

### Estudio de la tendencia tecnológica

---

- 1. Introducción
- 2. Concepto y nociones esenciales de la prospectiva tecnológica
- 3. Tipología de técnicas para la prospectiva tecnológica
- 4. Requisitos de implantación

## Unidad didáctica 4.

### El benchmarking

---

- 1. Importancia del benchmarking
- 2. Delimitación y beneficios del benchmarking
- 3. Clasificación de las técnicas benchmarking
- 4. Requisitos y etapas del benchmarking

## Unidad didáctica 5.

### La cadena de valor

---

- 1. Origen del término Cadena de Valor
- 2. Análisis de la Cadena de Valor
- 3. Actividades de valor y margen
- 4. Clasificación de Cadenas de Valor
- 5. Fases de la creación de la Cadena de Valor

# Módulo 8.

## Productos turísticos sostenibles, alternativos e inteligentes

### Unidad didáctica 1.

#### 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 2.

#### Productos turísticos sostenibles

---

- 1. Concepto y características de un producto turístico sostenible
- 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 3.

#### Turismo alternativo

---

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

## Unidad didáctica 4.

### 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 5.

### 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 6.

### Ecología, biodiversidad e impacto ambiental de las actividades turísticas

---

1. Ecología
2. Biodiversidad
3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico

## Unidad didáctica 7.

### Tipología del turismo, modalidades de ocio relacionadas con la sostenibilidad

---

1. La demanda turística
2. Tipos de demanda turística
3. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada
4. Turismo y ocio sostenible

## Unidad didáctica 8.

### Diseño del producto turístico sostenible

---

1. Caracterización de los tipos de productos y servicios turísticos sostenibles
2. Definición de productos turísticos sostenibles
3. Diseño y desarrollo de servicios
4. Fases integradoras del proceso de diseño
5. Ecodiseño de productos sostenibles
6. Diseño de producto o servicio sostenible

## Unidad didáctica 9.

### Estudio técnico

---

1. Definición y concepto de estudio técnico
2. Objetivos generales y específicos
3. PARTES QUE FORMAN PARTE DEL ESTUDIO TÉCNICO

## Unidad didáctica 10.

### 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 11.

### Destino turístico inteligente (dti)

---

1. Conceptos previos
2. Regulación de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)
3. Red de Destinos Turísticos Inteligentes



# metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

## Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

## Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

## Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

## Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

## Comunidad

Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.

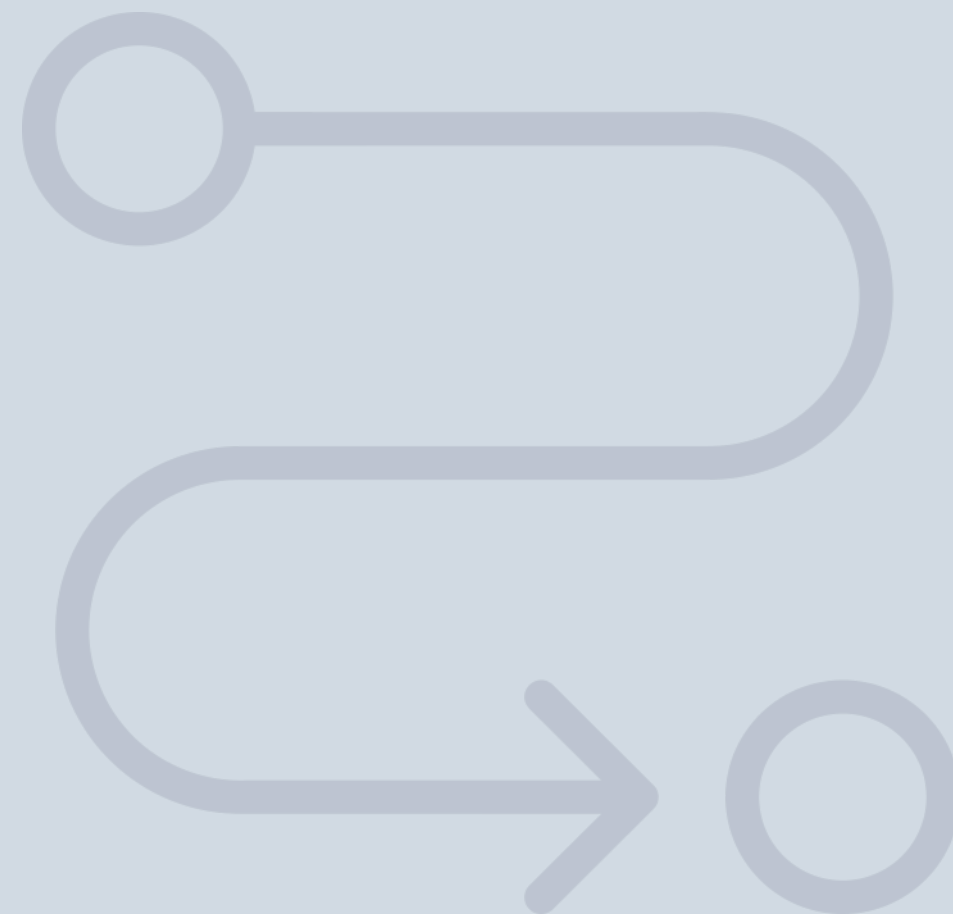






## SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



# Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a  
nuestros alumnos  
facilidades  
económicas y  
financieras para la  
realización del pago  
de matrículas,

todo ello  
**100%**  
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



**20%**

**Beca  
desempleo**

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

**15%**

**Beca  
emprende**

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

**10%**

**Beca  
alumnos**

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

# Masters Profesionales

Master en Innovación y Marketing Turístico + 5 Créditos  
ECTS

*Impulsamos tu carrera profesional*



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

[www.inesem.es](http://www.inesem.es)



958 05 02 05 [formacion@inesem.es](mailto:formacion@inesem.es)

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.