

Máster Título Propio Turismo Sostenible

M T S





Máster Título Propio Turismo Sostenible

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: profesionales con experiencia demostrable en el sector

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/master/master-turismo-sostenible

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competencias

pág. 20

06

Estructura y contenido

pág. 26

07

Metodología

pág. 36

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 44

09

Impacto para tu carrera

pág. 48

10

Beneficios para tu empresa

pág. 52

11

Titulación

pág. 56

01 Bienvenida

En una sociedad más concienciada con el medioambiente, el producto turístico sostenible y la calidad del servicio son cada vez más apreciados por los diferentes tipos de consumidores. La creación de negocios que se articulan en torno a este concepto está en alza, por lo que se necesitan profesionales más especializados y con un liderazgo distintivo, dispuestos a alejarse del turismo masificado y acercarse aún más a otros modos de entender el viaje y disfrutar de lo local, prosperando en un sector en auge. Este programa 100% online nace con la finalidad de proporcionar al profesional un conocimiento especializado y diferenciador sobre los cambios que se están produciendo en el ámbito turístico, incluyendo el Marketing dirigido, la gestión de Patrimonio Cultural y la innovación turística. Todo ello, en un formato flexible, que permite al directivo compatibilizar sus responsabilidades laborales con una enseñanza que se sitúa a la vanguardia académica.



Máster Título Propio en Turismo Sostenible
TECH Universidad



“

El sector turístico precisa de profesionales altamente comprometidos con el medioambiente y, por ello, TECH te ofrece la información necesaria sobre el nuevo modelo de turismo sostenible”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04 Objetivos

Este Máster Título Propio proporciona al alumnado la información más actualizada sobre el turismo sostenible, la implementación de la estrategia del ecoturismo y las distintas herramientas de Marketing empleadas con éxito en este sector. Todo ello será posible gracias al contenido multimedia basado en vídeo resúmenes, vídeos en detalle o esquemas interactivos que componen esta titulación.



“

Obtendrás la actualización de conocimientos que necesitas para transformar un negocio turístico tradicional a una empresa basada en el Turismo Sostenible”

**TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos
Trabajan conjuntamente para conseguirlos**

El Máster Título Propio en Turismo Sostenible capacitará al alumno para:

01

Conocer los diferentes tipos de espacios y destinos turísticos, su valoración y sus factores condicionantes

04

Conocer las tipologías de consumidores y las modalidades de destinos internacionales

02

Descubrir los condicionantes que deben imponerse para el desarrollo sostenible del turismo



03

Conocer el funcionamiento a nivel general de la estructura turística mundial

05

Aprender cuál ha sido la evolución de los principales destinos turísticos internacionales

06

Conocer las principales acciones relacionadas con la planificación turística contenidas en los planes públicos

08

Conocer y utilizar la orientación al Marketing o al consumidor en la toma de decisiones de la empresa turística

09

Entender la importancia de la fidelización del cliente de productos turísticos y el Marketing de relaciones

07

Conocer las principales iniciativas de las puestas en valor del patrimonio cultural

10

Entender los conceptos básicos del turismo en relación con la historia, economía, cultura, sociedad y sostenibilidad



11

Conocer la evolución del turismo en los distintos escenarios donde se desarrolla y en el contexto actual

12

Estudiar la estructura de los mercados turísticos y sus consecuencias generadas en la dimensión social, económica y medioambiental

13

Identificar las herramientas utilizadas en la actualidad para analizar el tráfico en páginas web

14

Aprender los conceptos básicos en sistemas y procesos de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, delimitándolos respecto de otros ámbitos académicos y profesiones afines



15

Desarrollar las habilidades necesarias para el ejercicio profesional, principalmente estableciendo mecanismos para la potenciación de la creatividad, la curiosidad intelectual, la responsabilidad y el respeto a la dignidad humana

16

Estudiar la gestión pública de los destinos turísticos desde los distintos instrumentos de intervención y planificación turística

17

Conocer el sector no lucrativo y su funcionamiento como parte del desarrollo local de las comunidades, siendo entidades colaboradoras o precursoras de actividades turísticas sostenibles

18

Conocer los aportes del ecoturismo como elemento cohesionador entre la población y el desarrollo local, gestionando proyectos turísticos sostenibles y trabajando en entornos socioculturales diferentes



05

Competencias

Este programa universitario ha sido diseñado con el principal objetivo de potenciar las competencias de liderazgo de los profesionales del sector turístico enmarcadas en el ámbito del turismo sostenible o cuya meta sea poner en marcha su propio proyecto. Para ello, dispone de todas las herramientas disponibles que ofrece TECH, así como los supuestos de casos prácticos que le acercarán a la realidad actual de la industria turística.



“

Gracias a este programa 100% online podrás adentrarte en las últimas novedades sobre la planificación ecoturística”

01

Aplicar los contenidos de Relaciones Públicas al turismo a través del pensamiento crítico y la reflexión a partir del análisis de los contenidos y estudios de casos concretos

02

Proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo

03

Realizar adecuadamente un análisis DAFO

04

Reconocer los perfiles psicográficos de los individuos en su comportamiento como consumidores de ocio y turismo

05

Comprender el proceso de decisión de compra y los factores que influyen en el mismo



06

Analizar los impactos generados por la actividad turística

08

Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos



09

Analizar la normalización internacional: iniciativas internacionales de estandarización y principales actores

07

Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas

10

Analizar los modelos de innovación y la normalización en entornos a los procesos creativos de la innovación

11

Interpretar modelos sobre comportamiento del consumidor

14

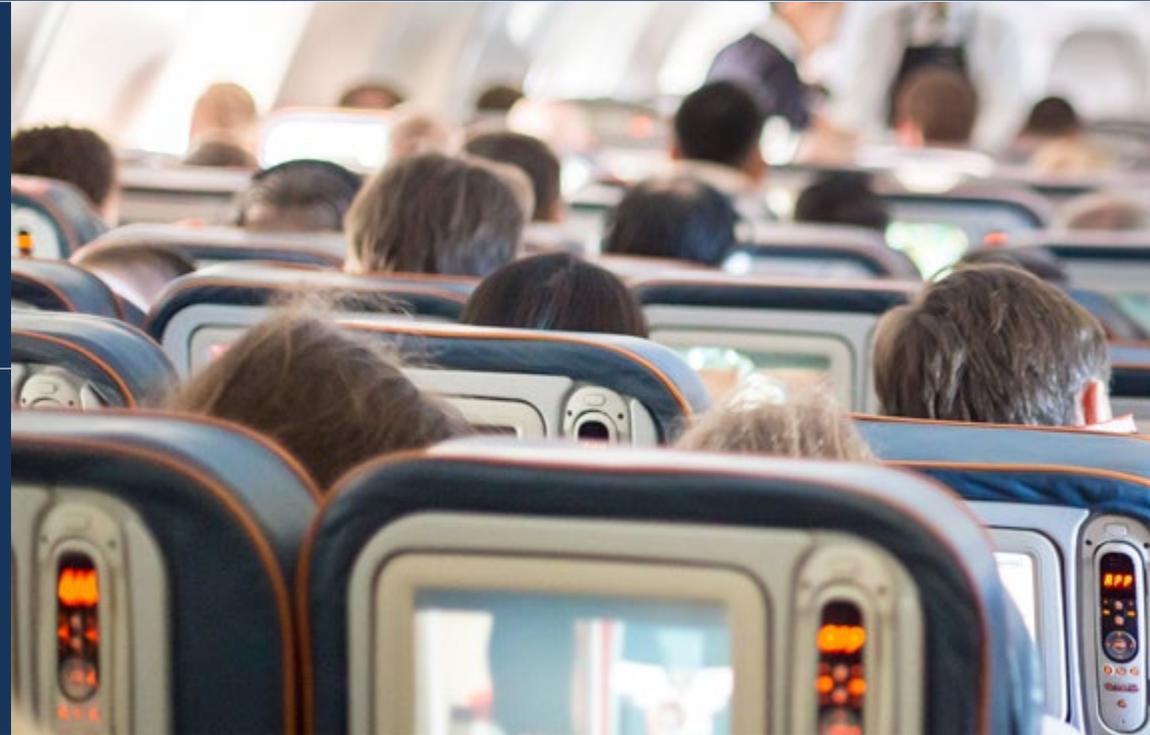
Identificar los impactos producidos por la actividad turística

12

Utilizar terminología comercial correcta en la realización y presentación de trabajos y proyectos

13

Interpretar la información existente respecto a un destino turístico



15

Explorar los diversos subsectores turísticos y su funcionamiento en los destinos turísticos en el ámbito mundial

16

Utilizar las herramientas actuales para analizar el tráfico de la web

17

Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad

18

Gestionar el turismo sostenible como un instrumento a la cooperación del desarrollo social respetando la identidad social y cultural de las localidades receptoras



06

Estructura y contenido

Este Máster Título Propio está diseñado para que el profesional pueda acceder cuando lo desee desde su ordenador, *Tablet* o móvil. Sin clases con horarios fijos, el alumnado tiene libertad para distribuir la carga lectiva acorde a sus necesidades y profundizar de este modo en la innovación, la calidad, la gestión pública de los destinos turísticos o el comportamiento del consumidor.



“

El sistema Relearning empleado por TECH en sus titulaciones reduce las largas horas de estudio tan frecuentes en otras metodologías”

Plan de estudios

El Máster Título Propio en Turismo Sostenible de TECH Universidad es un programa intensivo que prepara al alumnado para afrontar retos y decisiones empresariales. El contenido de este programa está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 1.500 horas de estudio, el alumnado analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, lo que le permitirá lograr un aprendizaje contextual que será de gran utilidad para llevar todo lo aprendido al ámbito empresarial. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Esta enseñanza universitaria trata en

profundidad diferentes áreas relacionadas con el sector turístico y está diseñada para especializar a profesionales que entiendan el turismo sostenible desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan enfocado en la progresión profesional y que prepara al alumnado para alcanzar la excelencia de la dirección y la gestión empresarial en el ámbito turístico. Un programa que nace para dar respuestas a las necesidades del sector y que reclama personal altamente cualificado. Todo ello, mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias y apoyado por la mejor metodología educativa, que otorgará al estudiante competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 10 módulos:

Módulo 1 Planificación y gestión de espacios turísticos sostenibles

Módulo 2 Gestión del patrimonio cultural

Módulo 3 Fundamentos del Marketing

Módulo 4 Estructura de mercados turísticos

Módulo 5 Publicidad y comunicación turística interactiva

Módulo 6 Gestión de la calidad e innovación en turismo

Módulo 7 Comportamiento del consumidor

Módulo 8 Publicidad y relaciones públicas

Módulo 9 Gestión pública de destinos turísticos

Módulo 10 Turismo y cooperación al desarrollo local

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Máster Título Propio en Turismo Sostenible de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.



Módulo 1. Planificación y gestión de espacios turísticos sostenibles

<p>1.1. Sistema turístico y escenarios turísticos</p> <p>1.1.1. Sistema turístico</p> <p>1.1.2. Territorialidad del turismo</p> <p>1.1.3. Escenarios turísticos más relevantes</p>	<p>1.2. Política turística y sostenibilidad</p> <p>1.2.1. Instrumentos de la política turística</p> <p>1.2.2. Plan general de turismo y planificación</p> <p>1.2.3. Sostenibilidad en el sector turístico</p>	<p>1.3. Planificación estratégica aplicada al sector turístico</p> <p>1.3.1. Análisis teórico sobre la planificación estratégica</p> <p>1.3.2. Desarrollo del Plan Estratégico del Turismo en destino</p> <p>1.3.3. Esquema y contenido de un plan estratégico</p> <p>1.3.4. Fases de desarrollo</p>	<p>1.4. Diagnóstico, desarrollo y metodología</p> <p>1.4.1. Metodología para el desarrollo del diagnóstico</p> <p>1.4.2. Recursos y tipología de recursos turísticos</p> <p>1.4.3. Optación de información y análisis DAFO</p>
<p>1.5. Definición del modelo y estrategias de desarrollo</p> <p>1.5.1. Definición de objetivos y modelo de desarrollo</p> <p>1.5.2. Definición de estrategias y líneas de actuación</p>			

Módulo 2. Gestión del patrimonio cultural

<p>2.1. Introducción al patrimonio cultural</p>	<p>2.2. Las políticas de conservación del patrimonio</p>	<p>2.3. El patrimonio cultural como argumento turístico</p>	<p>2.4. Recursos, espacios y mercados turísticos</p>
<p>2.5. La importancia del guía turístico y la interpretación del patrimonio</p>			

Módulo 3. Fundamentos del Marketing

<p>3.1. Conceptos básicos</p> <p>3.1.1. Introducción</p> <p>3.1.2. Conceptos básicos del Marketing</p> <p>3.1.3. Etapas o enfoques del Marketing</p> <p>3.1.4. Utilidad, satisfacción y calidad</p> <p>3.1.5. Intercambio, transacción y relaciones</p> <p>3.1.6. Concepto y tareas de la dirección comercial</p> <p>3.1.7. Los instrumentos del Marketing</p>	<p>3.2. El mercado</p> <p>3.2.1. Concepto de mercado y entorno</p> <p>3.2.2. Clasificación del mercado</p> <p>3.2.3. El microentorno o entorno específico</p> <p>3.2.4. El macroentorno o entorno general</p> <p>3.2.5. El mercado y el entorno en el plan de Marketing</p>	<p>3.3. Segmentación y posicionamiento</p> <p>3.3.1. Fundamentos y objetivos de la segmentación</p> <p>3.3.2. Criterios de segmentación</p> <p>3.3.3. Etapas del proceso de segmentación</p> <p>3.3.4. Estrategia comercial y segmentación</p> <p>3.3.5. El posicionamiento</p>	<p>3.4. Sistema de información e investigación comercial</p> <p>3.4.1. Conceptos y aplicaciones de la investigación comercial</p> <p>3.4.2. Etapas de la investigación comercial</p> <p>3.4.3. Las fuentes de información</p> <p>3.4.4. Tipos de investigación comercial</p> <p>3.4.5. Cuestionario y muestreo</p>
<p>3.5. El comportamiento del consumidor</p> <p>3.5.1. Introducción</p> <p>3.5.2. El proceso de decisión de compra</p> <p>3.5.3. Factores internos</p> <p>3.5.4. Factores externos</p> <p>3.5.5. Tipos de compra</p> <p>3.5.6. La respuesta del consumidor</p> <p>3.5.7. Modelización del comportamiento del consumidor</p>			

Módulo 4. Estructura de mercados turísticos

4.1. Introducción al turismo

- 4.1.1. Concepto de turismo, origen y evolución
- 4.1.2. Definiciones de turismo
- 4.1.3. Tipos de turismo
- 4.1.4. Ciclo de vida del producto turístico
- 4.1.5. Turismo Sostenible

4.2. El turismo en el tiempo

- 4.2.1. Historia del turismo hasta el siglo XX
- 4.2.2. El turismo contemporáneo (siglo XX y XXI)
- 4.2.3. Evolución del turismo en España

4.3. Planificación turística

- 4.3.1. El proceso de la planificación del espacio turístico
- 4.3.2. Instrumentos de planificación turística: el Plan de Desarrollo Turístico (PDT)
- 4.3.3. La sostenibilidad como criterio de la planificación turística

4.4. Economía del turismo

- 4.4.1. El proceso productivo turístico
- 4.4.2. La importancia de los efectos económicos del turismo
- 4.4.3. Balanza de pagos turística

4.5. Flujos turísticos

- 4.5.1. Flujos turísticos internacionales
- 4.5.2. Turismo en España
- 4.5.3. Destinos turísticos y mercados emisores

4.6. Demanda turística

- 4.6.1. El cálculo de la demanda turística
- 4.6.2. Turismo receptor
- 4.6.3. Turismo emisor
- 4.6.4. Factores condicionantes de la demanda turística
- 4.6.5. Estacionalidad de la demanda
- 4.6.6. Tendencias en la demanda turística

4.7. La oferta turística

- 4.7.1. Análisis de la oferta turística
- 4.7.2. Oferta de recursos turísticos: naturales y culturales
- 4.7.3. La oferta turística con relación a las innovaciones tecnológicas: nuevos modelos de negocio
- 4.7.4. Turismo sostenible aplicado a la oferta turística

4.8. La empresa turística

- 4.8.1. Concepto de empresa turística
- 4.8.2. Clases de empresas turísticas
- 4.8.3. El entorno de la empresa turística

4.9. Introducción a los principales subsectores turísticos

- 4.9.1. Sector hotelero
- 4.9.2. Sector de la restauración
- 4.9.3. Agencias de viajes y tour operadores
- 4.9.4. Transporte aéreo
- 4.9.5. Servicios complementarios

4.10. Estructura del mercado turístico

- 4.10.1. Estructura del mercado turístico mundial: la Globalización
- 4.10.2. Estructura del mercado turístico internacional
- 4.10.3. Estructura del mercado turístico nacional
- 4.10.4. Estructura del mercado turístico regional

Módulo 5. Publicidad y comunicación turística interactiva

5.1. Introducción: visión general del internet

- 5.1.1. La transformación de los modelos de negocios turísticos

5.2. Fundamentos del Marketing digital. Estrategia digital

- 5.2.1. Estrategias del Marketing digital para la empresa turística

5.3. Redes y medios sociales: Facebook, Twitter, Instagram

5.4. Estrategia y gestión de contenidos: Blogger, WordPress, Medium, About.me

5.5. Métricas digitales. Analítica web 2.0

5.6. Mobile y Apps

5.7. Publicidad y medios digitales

5.8. Buscadores: SEO, SEM, Google AdSense, Google Ads

5.9. Comunicación 2.0. Online Reputation Management. Community Management

5.10. Email Marketing

Módulo 6. Gestión de la calidad e innovación en turismo

6.1. Gestión de la calidad en el servicio

- 6.1.1. Calidad de los servicios
- 6.1.2. Características y dimensiones de la calidad del servicio
- 6.1.3. La calidad desde la perspectiva de los clientes. Niveles de calidad

6.2. Gestión de la calidad turística

- 6.2.1. Conceptos básicos sobre gestión de calidad
- 6.2.2. Los sistemas de gestión de la calidad
- 6.2.3. La calidad como herramienta de gestión
- 6.2.4. Sistemas de gestión de la calidad
- 6.2.5. Sistemas de gestión de calidad total
- 6.2.6. Normalización de la calidad nacional e internacional

6.3. Introducción a la calidad: conceptos y evolución

- 6.3.1. La calidad del servicio en el sector turístico
- 6.3.2. Conceptos de calidad
- 6.3.3. Evolución del concepto de calidad
- 6.3.4. Dimensiones y principios del concepto de calidad
- 6.3.5. El proceso de calidad en los clientes internos y externos

6.4. Principales teorías de la calidad

- 6.4.1. Las teorías de calidad aplicadas al sector turístico
- 6.4.2. Gestión de la Calidad Total (Deming)
- 6.4.3. Gestión de la Calidad Total (Juran)
- 6.4.4. Gestión de la Calidad Total (Crosby)
- 6.4.5. Gestión de la Calidad Total (Feigenbaum)
- 6.4.6. Gestión de la Calidad Total (Ishikawa)
- 6.4.7. Gestión de la Calidad Total (Taguchi)
- 6.4.8. Gestión de la Calidad Total (TQM) aplicada al sector turístico

6.5. Costes de calidad en las empresas turísticas

- 6.5.1. Concepto y clasificación de costes asociados con la calidad
- 6.5.2. Costes derivados de los fallos
- 6.5.3. Inversión de las actividades preventivas
- 6.5.4. Costes generados por el control y las evaluaciones
- 6.5.5. La curva de los costes totales asociados a la calidad
- 6.5.6. La importancia de la gestión de los costes derivados de la calidad en la empresa turística

6.6. Análisis, diagnóstico, planificación y control de la calidad en el turismo

- 6.6.1. El proceso de un servicio turístico de calidad
- 6.6.2. Diseño e implantación de un sistema de calidad en la empresa turística
- 6.6.3. Fases del proceso de implantación de un sistema de calidad

6.7. Procesos de implantación de un sistema de calidad y medio ambiente

- 6.7.1. Interpretación de la norma
- 6.7.2. Implantación de procesos y manuales de calidad
- 6.7.3. Las herramientas de calidad
- 6.7.4. Planes de mejora
- 6.7.5. Auditoría interna y externa

6.8. Calidad turística

- 6.8.1. La calidad en la política turística estatal y regional
- 6.8.2. Sistema de Calidad Turístico Español
- 6.8.3. Instituto para la Calidad Turística Española: normalización y certificación
- 6.8.4. Normas UNE e ISO en calidad turística
- 6.8.5. Normas de calidad turística internacionales

6.9. Gestión de la calidad en los servicios turísticos

- 6.9.1. Calidad del servicio turístico y percepción del cliente
- 6.9.2. Técnicas para averiguar la satisfacción del cliente
- 6.9.3. Gestión de reputación online de sugerencias y reclamaciones
- 6.9.4. SERVQUAL modelo aplicado a la empresa turística
- 6.9.5. Modelo HOTELQUAL

6.10. La innovación en el sector turístico

- 6.10.1. Gestión de la innovación
- 6.10.2. Introducción a la innovación
- 6.10.3. Tipos de innovación. Innovación en procesos de gestión
- 6.10.4. Gestión de la innovación: estrategias
- 6.10.5. Normalización en I+D+i

Módulo 7. Comportamiento del consumidor**7.1. Comportamiento del consumidor y Marketing**

- 7.1.1. El Marketing y el comportamiento del consumidor
- 7.1.2. El estudio del comportamiento del consumidor
- 7.1.3. El concepto de comportamiento del consumidor
- 7.1.4. El consumidor
- 7.1.5. El comportamiento del consumidor y el Marketing mix
- 7.1.6. Modelos del comportamiento del consumidor

7.2. Factores externos

- 7.2.1. Factores externos: Macroentorno vs. Microentorno
- 7.2.2. Entorno demográfico
- 7.2.3. Entorno económico
- 7.2.4. Entorno político legal, medioambiental, tecnológico
- 7.2.5. Entorno social y cultural
- 7.2.6. Clases sociales
- 7.2.7. Grupos sociales
- 7.2.8. La familia
- 7.2.9. Factores situacionales

7.3. Factores internos

- 7.3.1. Necesidades, deseos y motivaciones
- 7.3.2. Percepciones
- 7.3.3. Experiencia y aprendizaje
- 7.3.4. Memoria
- 7.3.5. Actitudes
- 7.3.6. Características personales

7.4. El proceso de decisión de compra

- 7.4.1. El proceso de decisión
- 7.4.2. El reconocimiento de la necesidad
- 7.4.3. La búsqueda de información
- 7.4.4. El proceso de evaluación de alternativas

7.5. Decisiones de compra y comportamiento poscompra

- 7.5.1. La decisión de compra
- 7.5.2. La elección del establecimiento y de la marca
- 7.5.3. Los procesos poscompra
- 7.5.4. Los determinantes de la satisfacción/insatisfacción

7.6. Tendencias en el comportamiento del consumidor

- 7.6.1. Nuevo escenario social para un nuevo consumidor
- 7.6.2. Tipos de comportamiento de compra
- 7.6.3. Estilos de decisión de compra
- 7.6.4. Nivel de implicación del consumidor
- 7.6.5. Shopping o "ir de tiendas"
- 7.6.6. Compra por impulso y compra compulsiva
- 7.6.7. El consumidor en la red
- 7.6.8. Consumerismo y protección del consumidor

Módulo 8. Publicidad y relaciones públicas

8.1. Publicidad y relaciones públicas: fundamentos conceptuales

- 8.1.1. ¿Qué es la comunicación persuasiva?
- 8.1.2. Concepto y dimensiones de la publicidad y de las relaciones públicas

8.2. Aproximación histórica al fenómeno de la publicidad y de las relaciones públicas

- 8.2.1. Nuevas tendencias publicitarias actuales. Ámbitos de aplicación actual de las RRPP
- 8.2.2. Patrocinio, Mecenazgo, Lobbying, Publicity

8.3. Fundamentos del sistema y proceso publicitario

- 8.3.1. El emisor en la publicidad: el anunciante y la agencia de publicidad
- 8.3.2. Características generales de proceso

8.4. El mensaje en la publicidad

- 8.4.1. Mensajes publicitarios en medios convencionales

8.5. El canal en la publicidad: los medios, los soportes y las formas publicitarias

- 8.5.1. Medios convencionales y Below the Line

8.6. El receptor en la publicidad: el público objetivo

- 8.6.1. El comportamiento del consumidor: factores condicionantes

8.7. Fundamentos del proceso publicitario

- 8.7.1. Planificación estratégica de la publicidad
- 8.7.2. Fase previa: el Briefing y los objetivos publicitarios
- 8.7.3. La estrategia creativa y la estrategia de medios

8.8. Fundamentos del sistema y el proceso de las relaciones públicas

- 8.8.1. El emisor en las relaciones públicas
- 8.8.2. Las relaciones públicas en las organizaciones
- 8.8.3. La empresa de relaciones públicas

8.9. El mensaje en las relaciones públicas

- 8.9.1. La redacción en las relaciones públicas
- 8.9.2. La expresión oral en las relaciones públicas

8.10. El canal en las relaciones públicas

- 8.10.1. Medios personales y masivos
- 8.10.2. El receptor en las relaciones públicas
- 8.10.3. Públicos estratégicos de las relaciones públicas

Módulo 9. Gestión pública de destinos turísticos

9.1. La política turística

- 9.1.1. Política turística: concepto y justificación de su uso
- 9.1.2. Evolución de la política turística en España
- 9.1.3. El marco general de las políticas autonómicas y locales

9.2. La organización administrativa del turismo

- 9.2.1. El marco político-administrativo de la planificación de los espacios turísticos
- 9.2.2. La planificación como función de la política turística

9.3. Marco institucional, jurídico y financiero de los municipios

- 9.3.1. La operativa fiscal de los municipios españoles
- 9.3.2. El gasto local de los municipios españoles

9.4. La gestión de los destinos turísticos

- 9.4.1. Modelos de gestión de destinos turísticos a nivel de países, regiones y estados, ciudades y lugares

9.5. La importancia de la gobernanza en la gestión

- 9.5.1. La perspectiva de una política turística de participación comunitaria

9.6. Ámbito-Fórmula jurídica e institucional

- 9.6.1. La función de las federaciones de municipios españoles

9.7. Modelos de gestión turística local

- 9.7.1. Instrumentos sectoriales y planes territoriales
- 9.7.2. El proceso de planificación territorial del turismo
- 9.7.3. Planes territoriales turísticos. Estudio de casos

9.8. Observatorios turísticos como indicadores de la gestión pública

- 9.8.1. Informes macroturísticos
- 9.8.2. Informes de evolución cualitativa y cuantitativa
- 9.8.3. Estudios específicos

9.9. Clústeres y Asociaciones Empresariales Innovadoras (AEI)

- 9.9.1. Definición de AEI-clúster de innovación
- 9.9.2. Ventajas y estrategias de pertenencia a un clúster innovador

9.10. Destinos turísticos inteligentes

- 9.10.1. Concepto de DTI
- 9.10.2. Red de Destinos Inteligentes

Módulo 10. Turismo y cooperación al desarrollo local

10.1. Aproximación al problema del desarrollo

- 10.1.1. Conceptos básicos
- 10.1.2. Pobreza y desarrollo
- 10.1.3. Tipos de turismo y sostenibilidad
- 10.1.4. Desequilibrios Norte/Sur. Concepto de desarrollo
- 10.1.5. Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Derechos humanos

10.2. Ayudas, actores y marco legal de la Cooperación Internacional al Desarrollo

- 10.2.1. Evolución histórica de la Cooperación Internacional al Desarrollo
- 10.2.2. Introducción a la Cooperación Internacional al Desarrollo
- 10.2.3. Breve historia de los sistemas de cooperación al desarrollo
- 10.2.4. La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)
- 10.2.5. Orientaciones de la cooperación española en el programa 2013-2016

10.3. Las políticas nacionales de cooperación internacional

- 10.3.1. Políticas nacionales de cooperación internacional de la AECID
- 10.3.2. Plan director de cooperación española
- 10.3.3. Criterios seleccionados para la cooperación española. ¿Dónde cooperamos?
- 10.3.4. Mejoras en el nuevo plan de cooperación española
- 10.3.5. Reflexiones sobre las políticas nacionales de cooperación

10.4. Turismo, herramienta de cooperación internacional

- 10.4.1. El papel de la mujer en las políticas de cooperación internacional
- 10.4.2. Derechos de la mujer y su integración en las políticas de cooperación de la AECID
- 10.4.3. Diferencias y similitudes entre MED y GED
- 10.4.4. Conferencias mundiales de la mujer
- 10.4.5. Cronología de conferencias y legislación española sobre la igualdad de género

10.5. La gestión en el sector no lucrativo

- 10.5.1. El crecimiento del sector no lucrativo y el asociacionismo a escala mundial
- 10.5.2. El sector no lucrativo y sus organizaciones: clasificación
- 10.5.3. La gestión de las organizaciones no lucrativas como cooperación al desarrollo turístico local

10.6. La planificación estratégica en las organizaciones no lucrativas

- 10.6.1. Conceptualización
- 10.6.2. La planificación estratégica paso a paso

10.7. El impacto de las asociaciones en la sociedad

- 10.7.1. Las contribuciones a la calidad de vida y gobernabilidad de los países
- 10.7.2. Consecuencias negativas de la acción del tercer sector
- 10.7.3. La colaboración en el sector no lucrativo

10.8. El ecoturismo como estrategia de cooperación al desarrollo local

- 10.8.1. Orígenes del ecoturismo
- 10.8.2. Elementos que integran el ecoturismo
- 10.8.3. Aspectos económicos vinculados al ecoturismo
- 10.8.4. Participación de la población local

10.9. Planificación ecoturística

- 10.9.1. Diseño de un proyecto
- 10.9.2. Marketing ecoturista
- 10.9.3. Canales de distribución
- 10.9.4. Responsabilidad del ecoturista

10.10. Estudios de casos

- 10.10.1. Turismo étnico comunitario: un estudio de caso en Chiang Rai
- 10.10.2. El desarrollo comunitario hacia un Turismo Sostenible
- 10.10.3. El turismo en Tailandia: aproximaciones y políticas comunitarias
- 10.10.4. Integración del desarrollo de las políticas sociales por la comunidad local
- 10.10.5. Desarrollo de planes locales: problemas y beneficios de la participación local

07

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



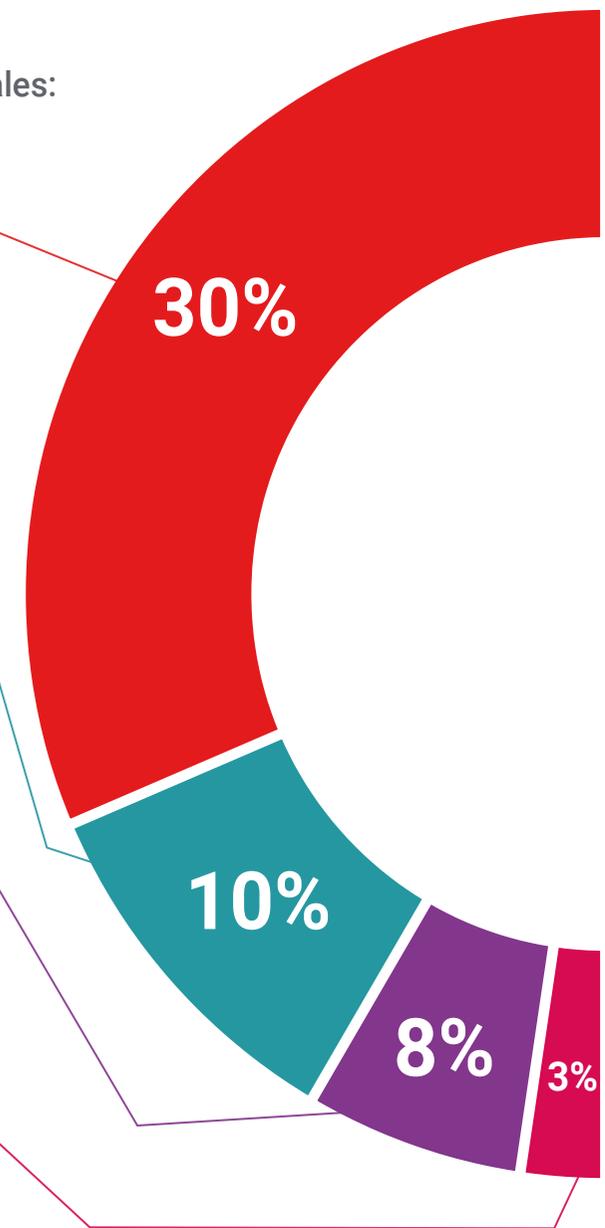
Prácticas de habilidades directivas

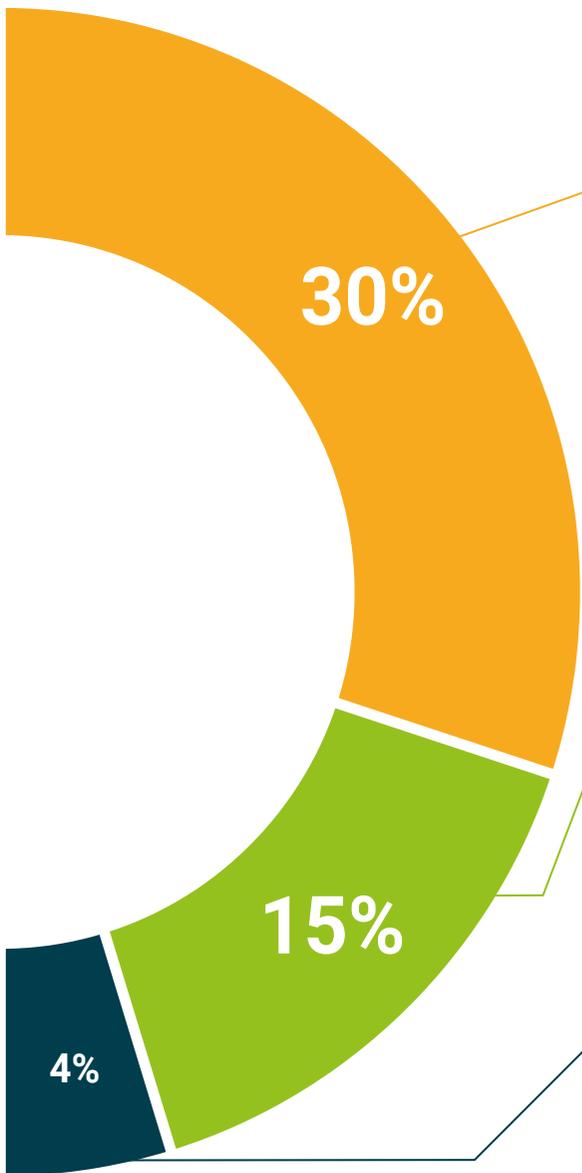
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



08

Perfil de nuestros alumnos

Este Máster Título Propio en Turismo Sostenible es un programa dirigido a personas con estudios universitarios que quieren transformar su carrera y orientarla a la dirección o creación de empresas turísticas, que tienen como filosofía principal el respeto al medio ambiente.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.





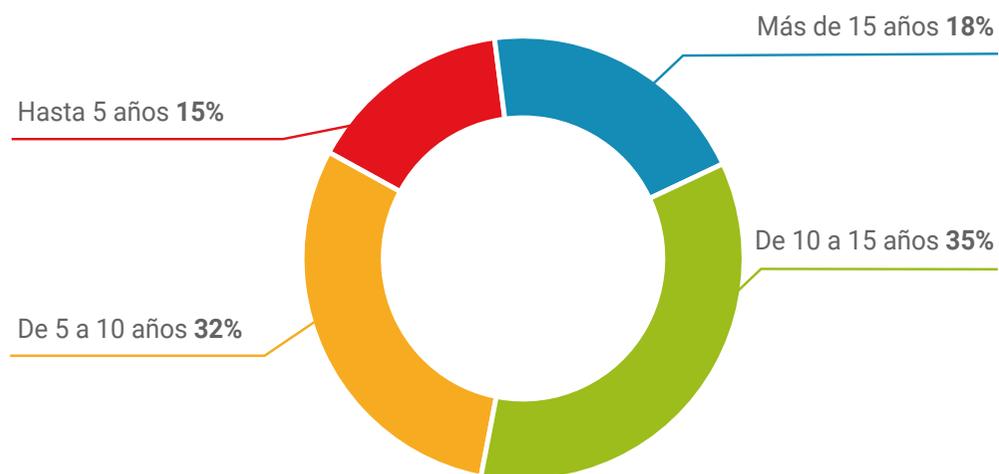
“

Al realizar este programa ampliarás tus capacidades y habilidades sobre el Marketing Digital orientado al sector turístico sostenible”

Edad media

Entre **35** y **45** años

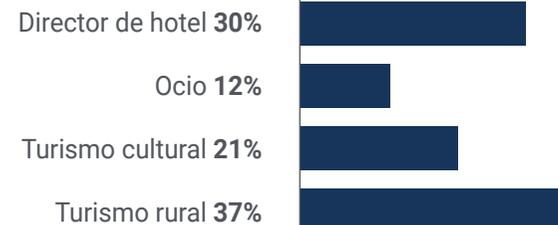
Años de experiencia



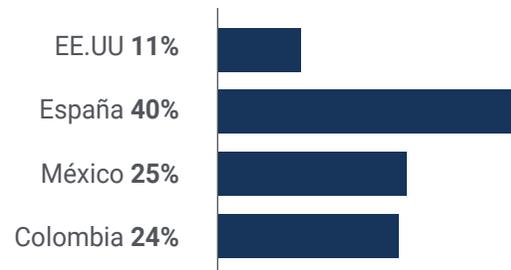
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Mónica Pérez

Directora de un hotel sostenible

“Aunque soy autodidacta, llevaba tiempo planteándome hacer un programa de especialización en este campo, para obtener unos conocimientos actualizados y poder destacar entre el resto de los profesionales del sector. Por suerte, en TECH encontré este Máster en Turismo Sostenible que ha sido de gran utilidad para ampliar mis miras profesionales ”

09

Impacto para tu carrera

Cursar un programa de estas características supone una inversión con la que el profesional obtendrá un crecimiento profesional y personal. Para ello, TECH aporta el contenido más actualizado aplicando las herramientas tecnológicas más recientes. De una manera visual, atractiva y con un sistema ágil, el alumnado alcanzará sus metas y podrá potenciar las habilidades y destrezas necesarias para lograr el cambio que busca.



“

TECH pone todas las herramientas didácticas a tu disposición para ayudarte a conseguir tus objetivos profesionales”

¿Preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El Máster Título Propio en Turismo Sostenible de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito del sector turístico. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

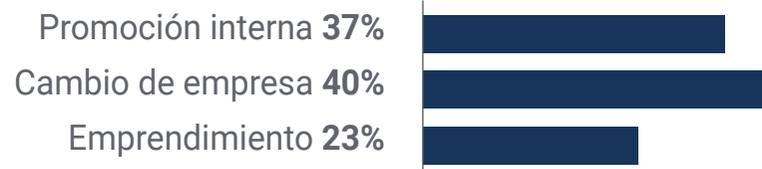
Si quieres lograr el éxito profesional conoce a la perfección con este programa los distintos modelos de comportamiento del consumidor.

Da el salto que deseas a nivel profesional aumentando tu saber sobre cooperación local y la gestión de calidad.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,22%**



10

Beneficios para tu empresa

El Máster Título Propio en Turismo Sostenible contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Es un programa que prepara al alumnado para alcanzar la élite profesional a través de una cualificación superior. Pero, además, participar en esta enseñanza universitaria supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

Tras estudiar en TECH lograrás una visión global de tu profesión que te permitirá proponer estrategias más innovadoras y exitosas en el sector turístico sostenible”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

El Máster Título Propio en Turismo Sostenible garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Máster Título Propio en Turismo Sostenible** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

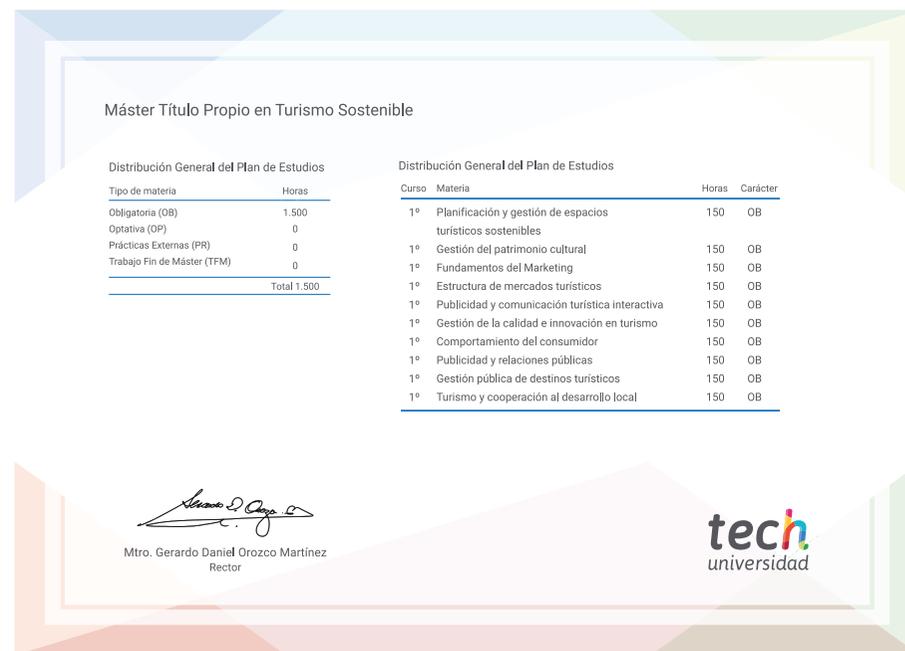
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio en Turismo Sostenible**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **12 meses**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Máster Título Propio Turismo Sostenible

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

Turismo Sostenible

