



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Internacional en Monitor de Turismo



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Maestría Internacional en Monitor de Turismo

**DURACIÓN:**

600 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.495 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Monitor de Turismo con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

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





Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

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

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que consiste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA



El presente Título es parte del Sistema Formativo de la Maestría Internacional en Monitor de Turismo de 425 horas de duración, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019. Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX. Este Título es expedido por EDUCA BUSINESS SCHOOL, como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado, con el fin de acreditar la formación recibida por el alumno/a. El presente Título es expedido en Granada, a 11 de Noviembre de 2019. Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX.

Descripción

En el ámbito del turismo, es necesario conocer los diferentes campos del mismo. En los últimos tiempos el turismo activo ha ido creciendo y con ello los distintos tipos de turismo que en él se desarrollan. El turismo activo es una de las recientes disciplinas de turismo la cual muestra un interés por parte de la población que hace que con cada vez más frecuencia se creen empresas especializadas en ofrecer este tipo de actividades. Así, con la elaboración de Monitor de Turismo Activo se pretende aportar los conocimientos necesarios para llevar a cabo las acciones pertinentes como monitor de turismo activo, conociendo las actuaciones y dinámicas más apropiadas para este tipo de turismo.



Objetivos

- Conocer la figura del monitor y determinar las cualidades y características del monitor. - Indagar y trabajar para la elaboración de actividades e itinerarios en el ámbito de trabajo del monitor de agroturismo. - Determinar la relevancia que supone el Turismo Activo en la actualidad y en nuestro país. - Señalar algunas de las actividades más relevantes que se llevan a cabo desde el turismo Activo. - Conceptualizar el turismo activo y determinar los pasos más importantes para llevar a cabo tu propio negocio.

A quién va dirigido

Esta Maestría de Monitor de Turismo Activo está dirigida a los profesionales del mundo del turismo, concretamente a aquellos que trabajan en el sector del turismo activo, y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con el monitor de agroturismo.

Para qué te prepara

La presente formación se ajusta a la maestría de Monitor de Turismo Activo certificando haber superado los contenidos que en él mismo se desarrollan y haber alcanzado los objetivos descritos. La presente maestría se encuentra enfocado a alcanzar los contenidos específicos para dotarse de los conocimientos, habilidades, capacidades, etc. que le permitan gestionar, monitorizar el trabajo dentro del turismo activo, elaborando distintas tareas que desarrollen sus capacidades profesionales.

Salidas Laborales

Profesionales del Turismo, Ocio y tiempo libre, Monitor de turismo activo, Guía.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



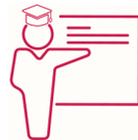
Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede 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, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

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

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. MONITOR DE TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1 EL MONITOR

- Definición de monitor
 - Factores y ámbito de actuación de un monitor
- Funciones del monitor
- Estilos del monitor deportivo
 - Estilos según la finalidad
- Tipos de actividades
 - Criterios para la organización de las actividades

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CUALIDADES Y CARACTERÍSTICAS DEL MONITOR

- Cualidades físicas básicas que debe poseer y desarrollar el monitor
 - Resistencia
 - Fuerza
 - Flexibilidad
 - Velocidad
- Las cualidades psicomotrices
- Habilidades sociales del monitor
 - La asertividad
 - La Inteligencia emocional
 - Autoconcepto y autoestima
 - La empatía
- Actitudes desarrolladas por el monitor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELABORACIÓN DE ACTIVIDADES E ITINERARIOS

1. Interpretación del análisis diagnóstico previo de la actividad
 - 1.- Caracterización de los intereses y expectativas de los usuarios
 - 2.- Identificación de las características físicas y motoras de los usuarios
 - 3.- Determinación del nivel de habilidad y dominio técnico de los usuarios
 - 4.- Discriminación de las posibles limitaciones de autonomía personal para la elaboración de las adaptaciones pertinentes
2. Estudio del entorno natural para el diseño de actividades e itinerarios
3. Diseño y programación de una actividad
4. Preparación general del itinerario o actividad
 - 1.- Identificación de los objetos de la actividad
 - 2.- Información, herramientas, máquinas, útiles y métodos de realización de la actividad
5. Identificación del marco de la Recreación
 - 1.- Caracterización de la actividad lúdica recreativa como impulsora del desarrollo tanto de la persona como de la sociedad contemporánea
 - 2.- Selección, temporalización y secuenciación de actividades lúdico recreativas
 - 3.- Actividades complementarias
6. Elaboración de informes, fichas y cuadernos de ruta de itinerarios y actividades
7. Funcionamiento de los grupos de trabajo
 - 1.- Características, estructura y organización de grupos
 - 2.- Psicología del grupo
 - 3.- Técnicas de dinamización de grupos
 - 4.- Ingredientes de emoción, riesgo y aventura en las actividades en el medio natural
 - 5.- Aspectos a tener en cuenta en la guía de grupos: características de los usuarios, las condiciones del medio, el programa, la seguridad, la anticipación, la eficacia de la conducción, los recursos disponibles, etc.
8. Adaptación de las actividades a las personas con limitación de su autonomía personal
 - 1.- Ayudas técnicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TURISMO ACTIVO. CONCEPTO, LEGISLACIÓN Y REGULACIÓN DE EMPRESAS

1. ¿Qué se entiende por turismo activo?
 - 1.- Ventajas y desventajas del turismo activo
2. ¿Cómo crear una empresa de turismo activo?
 - 1.- Situación de las empresas en el marco turístico de las comunidades autónomas
 - 2.- Información y obligaciones de los clientes
 - 3.- Actividades deportivas federadas
3. Titulaciones necesarias para ejercer la actividad
4. Legislación autonómica de turismo activo
5. Q de Calidad para turismo activo
 - 1.- Norma UNE 188003

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BARRANQUISMO Y ESCALADA

1. Definición de barranquismo y escalada

- 1.- Planificación de la actividad
- 2.Diferentes técnicas de montaje de rápeles en barranquismo
- 3.Evaluación y control de salto en barranquismo
- 4.Toboganes
- 5.Detección de riesgos en barranquismo
- 6.Nudos de escalada
- 7.Triángulos de fuerza

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESPELEOLOGÍA

- 1.Definición de espeleología
- 2.Ascensión por cuerda fija
- 3.Fraccionamiento de rápeles
- 4.Montaje de pasamanos
- 5.Conocimientos de los materiales específicos de espeleología

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ACTIVIDADES DE NIEVE

- 1.Esquí Alpino
- 2.Snowboard
- 3.Esquí de fondo
- 4.Raquetas de nieve

- 1.- Conducción de grupos. Recomendaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ACTIVIDADES ACUÁTICAS Y SUBACUÁTICAS

- 1.Vela
 - 1.- Técnicas de conducción
- 2.Piragüismo
 - 1.- De recreo
 - 2.- De aguas bravas
- 3.Rafting
 - 1.- Atractivos del rafting
 - 2.- Graduación de los ríos
 - 3.- Guía de la embarcación
 - 4.- Técnicas de rafting
 - 5.- Remado y manipulación de los remos
- 4.Surf y Kitesurf
- 5.Windsurf
- 6.Buceo
 - 1.- Buceo SCUBA
 - 2.- Snorkeling
 - 3.- El equipo de buceo
 - 4.- El proceso de inmersión
 - 5.- Proceso de ascensión

7.De remo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. OTRAS ACTIVIDADES DEL TURISMO ACTIVO

- 1.Equitación
 - 1.- Las rutas ecuestres
- 2.Tiro con Arco
- 3.Paintball
- 4.Blokart o Carrovelismo
- 5.Otras actividades

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PRIMEROS AUXILIOS

- 1.Introducción a los primeros auxilios
 - 1.- Principios básicos de actuación en primeros auxilios
 - 2.- La respiración
 - 3.- El pulso
- 2.Actuaciones en primeros auxilios
 - 1.- Ahogamiento
 - 2.- Las pérdidas de consciencia
 - 3.- Las crisis cardíacas
 - 4.- Hemorragias
 - 5.- Las heridas
 - 6.- Las fracturas y luxaciones
 - 7.- Las quemaduras
- 3.Normas generales para la realización de vendajes
- 4.Maniobras de resucitación cardiopulmonar
 - 1.- Ventilación manual
 - 2.- Masaje cardíaco externo

PARTE 2. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SECTOR TURÍSTICO.

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORDENACIÓN TERRITORIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

- 1.Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas.

2. Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales.

3. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos.

4. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas.

5. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia.

6. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

1. Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales.

2. Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios.

3. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos.

4. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local.

5. Gestión de iniciativas turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.

1. Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales.

2. El desarrollo sostenible para planificadores locales.

3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales.

4. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico.

5. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos.

6. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.

PARTE 3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO.

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.

2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo

3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial:

4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.

5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final.

6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.

7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

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

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

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

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

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

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

PARTE 4. GESTIÓN SOSTENIBLE DE DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TURISMO SOSTENIBLE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE

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

6.La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPACTO AMBIENTAL DEL TURISMO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS HOTELES EN EL TURISMO SOSTENIBLE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INCIDENCIA AMBIENTAL DE LA ACTIVIDAD DE HOTELERÍA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN SOSTENIBLE EN LOS HOTELES

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA CALIDAD HOTELERA EN EL TURISMO SOSTENIBLE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

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

PARTE 5. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA DE ALOJAMIENTO

1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:
2. Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAAV (Federación Universal de Agencias de Viajes).
3. Acuerdos y contratos.
4. Tipos de retribución en la venta de alojamiento
5. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento: Identificación y uso.
6. Reservas directas e indirectas.
7. Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
8. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
9. Bonos de alojamiento: Tipos y características.
10. Principales proveedores de alojamiento: Cadenas hoteleras y centrales de reservas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA DE TRANSPORTE

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

Relaciones. Tarifas.

4.El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte pro carretera.

5.El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular.

6.El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

1.El producto turístico integrado.

2.Tipos de viajes combinados.

3.Los cruceros.

4.Tendencias del mercado.

5.Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.

6.Términos de retribución.

7.Manejo de programas y folletos.

8.Procedimientos de reservas.

9.Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.

10.Principales tour-operadores nacionales e internacionales.

11.Grupos turísticos y procesos de integración.

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

1.La venta de autos de alquiler.

2.Tarifas y bonos.

3.La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.

4.La venta de excursiones.

5.Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.

6.Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

7.Aplicación de cargos por gestión

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

1.Concepto de Marketing.

2.El "Marketing" de servicios.

3.Especificidades.

4.Segmentación del mercado.

5.El "mercado objetivo".

6.El Marketing Mix.

7.Elementos.

8.Estrategias.

9.Políticas y directrices de marketing.

10.El Plan de Marketing.

11.Características.

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

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

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

1. El internauta como turista potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística
3. Medios de pago en Internet:
4. Conflictos y reclamaciones on line de clientes