

Máster en Dirección Hotelera y Estrategias en Turismo Internacional



# ÍNDICE

**1** | Somos Educa Business School

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y acreditaciones

**4** | By EDUCA EDTECH Group

**5** | Metodología LXP

**6** | Razones por las que elegir Educa Business School

**7** | Programa Formativo

**8** | Temario

**9** | Contacto

## SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**EDUCA Business School** es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

## RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**Educa Business School** se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---



FONDO  
SOCIAL  
EUROPEO



## BY EDUCA EDTECH

---

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

### 1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



### 2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



### 3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

## 4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



## 5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

## 6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



# Máster en Dirección Hotelera y Estrategias en Turismo Internacional



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**

## Titulación

Titulación de Máster en Dirección Hotelera y Estrategias en Turismo Internacional con 1500 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



### EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas  
expide el presente título propio

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX/XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a  
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica  
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con Extranjería, Categoría Profesional del Consejo Presidencial y Social de la INECCO (Bom. Resolución 6046)

## Descripción

---

El turismo internacional y la dirección hotelera están en pleno auge, siendo sectores clave para la economía global. El Máster en Dirección Hotelera y Estrategias en Turismo Internacional te ofrece la oportunidad de adentrarte en este mundo dinámico y lleno de posibilidades, preparándote para liderar con éxito en un ámbito tan competitivo. A través de un enfoque integral, adquirirás habilidades en análisis del mercado turístico, gestión de recursos humanos, innovación y calidad en servicios, todo enfocado a potenciar tu capacidad para diseñar y gestionar productos turísticos de alto impacto. La formación online te permite compaginar tus estudios con otras responsabilidades, facilitando un aprendizaje flexible y adaptado a tus necesidades. Este máster es ideal si buscas destacar en el sector, con una formación que combina teoría y aplicación estratégica, posicionándote como un profesional capaz de afrontar los retos del turismo moderno.

## Objetivos

---

- Analizar el mercado turístico global para identificar oportunidades estratégicas efectivas. - Desarrollar estrategias de venta que optimicen la distribución de servicios turísticos online. - Evaluar el papel de intermediarios en el sector hotelero para mejorar la competitividad. - Aplicar conocimientos jurídicos para asegurar el cumplimiento normativo en hoteles. - Diseñar planes estratégicos para empresas hoteleras y de restauración de éxito. - Implementar técnicas de gestión de talento para maximizar el rendimiento del equipo. - Crear productos turísticos innovadores que potencien el atractivo de una zona.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Dirección Hotelera y Estrategias en Turismo Internacional está dirigido a profesionales y titulados del sector turístico que buscan potenciar sus habilidades en dirección estratégica, gestión de recursos humanos y calidad en hostelería. Ideal para quienes desean innovar en la creación de productos turísticos y mejorar la competitividad del servicio en un entorno internacional.

## A quién va dirigido

---

El Máster en Dirección Hotelera y Estrategias en Turismo Internacional te prepara para liderar con éxito en la industria del hospitality. Aprenderás a analizar mercados turísticos, gestionar servicios y ventas, y comprender el papel de la intermediación y los aspectos jurídicos en el sector hotelero. Desarrollarás habilidades en dirección estratégica y gestión de recursos humanos, además de fomentar la innovación y el talento. Serás capaz de diseñar productos turísticos y garantizar la calidad y competitividad en servicios especializados.

## Salidas laborales

---

'- Director de hotel o resort internacional - Responsable de desarrollo de productos turísticos - Consultor estratégico en turismo - Gerente de recursos humanos en cadena hotelera - Especialista en gestión de calidad hotelera - Experto en innovación y talento en el sector hospitality - Líder de proyectos de dinamización turística - Coordinador de atención al cliente multilingüe

## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. LAS CLAVES DE LA INDUSTRIA DEL HOSPITALITY

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO

1. Aspectos históricos del turismo
2. Definición de turismo y Organización Mundial del Turismo (OMT)
3. El mercado turístico español
4. Destino y productos turísticos principales en España
5. Destino y productos turísticos principales a nivel internacional
6. Terminología clave del sector hotelero

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISTRIBUCIÓN Y VENTA DEL SERVICIO TURÍSTICO

1. El producto turístico
2. Ley de oferta y demanda del producto turístico en España
3. Canales de distribución turística
4. Estructura y funcionamiento de las centrales de reserva turística
5. Global Distribución System (GDS)
6. La modernización del mercado turístico
7. Las motivaciones esenciales del mercado turístico
8. El papel de internet en la distribución turística

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERMEDIACIÓN DE TERCEROS EN EL SECTOR HOTELERO

1. Agencias de viajes y sector hostelero
2. Bases de datos de alojamientos hoteleros
3. Tipos de reservas
4. Tipos de tarifas
5. Funcionalidad de las centrales de reservas y cadenas de hoteles
6. El papel de los tour operadores en el sector hostelero

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS JURÍDICOS DEL SECTOR HOTELERO

1. Regulación del turismo en España
2. Legislación específica para establecimientos hoteleros
3. Aspectos legales sobre las políticas de precios

### MÓDULO 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS HOTELERAS Y DE RESTAURACIÓN

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER

5. Amenaza de entrada de nuevos competidores
6. Amenaza de productos sustitutivos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. BASES PARA LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN LAS EMPRESAS HOTELERAS Y DE RESTAURACIÓN

1. Introducción a la estrategia empresarial
2. Pensamiento estratégico
3. Aspectos esenciales de la estrategia
4. Los tipos de estrategias

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL COMPLEJO TURÍSTICO

1. Introducción a la gestión del complejo
2. Hoteles Urbanos
3. Hoteles Vacacionales
4. Instalaciones y servicios

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN AL SUBSECTOR DE RESTAURACIÓN

1. El subsector de la restauración
2. Bares
3. Eventos y catering
4. Ocio nocturno
5. Restaurantes
6. Datos y características en el subsector de la restauración

#### MÓDULO 3. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN HOTELES Y/O ALOJAMIENTOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Planificación de los Recursos Humanos
2. Importancia de la planificación de los recursos humanos: ventajas y desventajas
3. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
4. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
5. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1. Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2. Marketing de la formación

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación externa
6. Cultura empresarial o corporativa

7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo

#### MÓDULO 4. GESTIÓN DEL TALENTO Y LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS HOTELERAS Y DE RESTAURACIÓN

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL EQUIPO EN LAS EMPRESAS DE HOTELERAS Y DE RESTAURACIÓN

1. La Importancia de los equipos en las organizaciones actuales
2. Modelos explicativos de la eficacia de los equipos
3. Composición de equipos, recursos y tareas
4. Los procesos en los equipos

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS HOTELERAS Y DE RESTAURACIÓN

1. Adaptación de la organización a través del talento y la innovación
2. Los ingredientes de la innovación
3. Gestión de la innovación
4. Requisitos para la innovación
5. Caso de estudio voluntario: La innovación según Steve Jobs
6. Caso Helvex: el cambio continuo

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN POR COMPETENCIAS. IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS

1. Gestión por competencias
2. Objetivos del proceso de gestión por competencias
3. Características de la gestión por competencias
4. Beneficios del modelo de gestión por competencias
5. Definición e implantación de un sistema de gestión por competencias
6. Políticas o estrategias de un sistema de gestión por competencias
7. Metacompetencias

##### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO

1. ¿A qué llamamos talento?
2. El clima laboral
3. La empatía
4. La ergonomía
5. Selección de personal
6. Acogida y formación del personal
7. Rotación del personal

##### UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN DEL TALENTO

1. La sociedad del conocimiento
2. La gestión del conocimiento
3. El talento como elemento de diferenciación
4. La gestión del talento
5. La detección del talento en la empresa

6. Atracción, desarrollo y retención del talento
7. Caso de estudio voluntario: la NASA y la gestión del conocimiento

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Importancia de la comunicación en la empresa
2. Comunicación interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación externa
6. Cultura empresarial o corporativa
7. Clima laboral

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA

1. Teorías de la motivación
2. Tipos de motivación y estándares de eficacia

#### MÓDULO 5. PRODUCTOS TURÍSTICOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE UNA ZONA Y SU VIABILIDAD

1. Introducción al análisis Diversificación, planificación y sostenibilidad
2. Evolución y análisis de la situación actual
3. El entorno y sus recursos turísticos
4. Técnicas de Evaluación
5. Valoración de los Recursos
6. Normas de protección del medio ambiente

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

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 3. PUESTA EN MARCHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

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

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. DINAMIZACIÓN DE RECURSOS TERRITORIALES

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

#### MÓDULO 6. PROCESOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA CULTURA DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS Y/O ENTIDADES DE HOSTELERÍA Y TURISMO

1. El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico
2. Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves
3. Aspectos legales y normativos
4. El plan de turismo español Horizonte 2020

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ORGANIZACIÓN HOSTELERA Y TURÍSTICA

1. Organización de la calidad
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO

1. Procesos de producción y servicio
2. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
3. Gestión de los datos
4. Evaluación de resultados

##### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTOS DE TURISMO ESPECIALIZADO CON ÉNFASIS EN ECOTURISMO

1. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los productos turísticos
2. Calidad del servicio turístico
3. Certificados de turismo sostenible
4. Buenas prácticas ambientales
5. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad

##### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ATENCIÓN AL CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN INGLÉS

1. Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes
2. Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor. Saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales

3. Diferenciación de estilos, formal e informal en la comunicación turística oral y escrita
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores. Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad
6. Comunicación y atención en caso de accidente con las personas afectadas

