

Máster en Calidad y Mejora Continua en el Ámbito Turístico



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 Calidad y Mejora Continua en el Ámbito Turístico



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Calidad y Mejora Continua en el Ámbito Turístico 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 Examen Convulsivo, Categoría Profesional del Consejo Profesional y Social de la INECCO (Bom. Resolución 6046)

Descripción

El sector turístico está en constante evolución y demanda profesionales capacitados para garantizar la calidad y mejora continua de sus servicios. El Máster en Calidad y Mejora Continua en el Ámbito Turístico te ofrece una formación integral enfocada en la excelencia operativa y el desarrollo sostenible. Aprenderás a implementar modelos de gestión como el EFQM y la ISO 9001:2015, esenciales para elevar los estándares de calidad en las empresas turísticas. Sumergirte en este programa te permitirá adquirir habilidades clave en la gestión medioambiental y la responsabilidad social corporativa, preparándote para enfrentar los desafíos contemporáneos del turismo. Además, el enfoque en la calidad del servicio al cliente te dotará de las herramientas necesarias para mejorar la satisfacción y fidelización del cliente, un aspecto crítico en el mercado actual. Con una modalidad online, este máster te ofrece la flexibilidad que necesitas para seguir formándote y avanzar en tu carrera desde cualquier lugar. ¡No pierdas la oportunidad de ser parte de esta transformación en el sector turístico!

Objetivos

- Analizar los principios del modelo EFQM para aplicar en turismo.
- Implementar el sistema de gestión ISO 9001:2015 en empresas turísticas.
- Diseñar políticas de calidad para mejorar la satisfacción del cliente.
- Evaluar la sostenibilidad y RSC en la gestión turística.
- Optimizar la relación con proveedores garantizando calidad.
- Desarrollar estrategias de atención al cliente para aumentar la satisfacción.
- Investigar la demanda turística y adaptar la oferta eficientemente.

Para qué te prepara

El Máster en Calidad y Mejora Continua en el Ámbito Turístico está dirigido a profesionales y titulados del sector turístico que buscan profundizar en la gestión de calidad total, aplicar el modelo EFQM, y dominar la normativa ISO 9001:2015. También es adecuado para quienes desean implementar estrategias de sostenibilidad, responsabilidad social corporativa, y mejorar el servicio de atención al cliente en sus organizaciones.

A quién va dirigido

El Máster en Calidad y Mejora Continua en el Ámbito Turístico te capacita para implementar y gestionar sistemas de calidad según el modelo EFQM y la norma ISO 9001:2015, específicamente en el sector turístico. Podrás optimizar procesos, mejorar la atención al cliente y asegurar el cumplimiento de normativas ambientales y de responsabilidad social. Además, estarás preparado para desarrollar estrategias de aprovisionamiento y mantener relaciones efectivas con proveedores, garantizando un

servicio turístico de alta calidad.

Salidas laborales

- Gestor de calidad en empresas turísticas - Consultor en implementación de sistemas ISO 9001 -
Responsable de mejora continua en hoteles - Auditor de calidad y sostenibilidad turística -
Coordinador de RSC en empresas del sector - Experto en atención y satisfacción del cliente - Asesor en
planificación y diseño de productos turísticos - Analista de mercado turístico y demanda

TEMARIO

MÓDULO 1. GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL: MODELO EFQM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNDAMENTOS DEL CONCEPTO DE CALIDAD

1. Introducción al Concepto de Calidad
2. Definiciones de Calidad
3. El Papel de la Calidad en las Organizaciones
4. Costes de Calidad
5. Beneficios de un Sistema de Gestión de Calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE CALIDAD

1. Evolución del Concepto de Calidad
2. Etapas del Control de la Calidad
3. Autores del Concepto de Calidad Total

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA CALIDAD TOTAL (TQM): DESARROLLO Y CONCEPTOS RELACIONADOS

1. Los tres niveles de la Calidad
2. La Dirección y la Gestión de la Calidad
3. Conceptos relacionados con la Gestión de la Calidad
4. Diseño y planificación de la Calidad
5. El Benchmarking y la Gestión de la Calidad
6. La Reingeniería de Procesos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRINCIPIOS BÁSICOS DEL MODELO EFQM

1. Estructura del modelo
2. La Calidad Total y el Modelo EFQM
3. Principios fundamentales de la excelencia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CRITERIOS DE DIRECCIÓN DEL MODELO EFQM

1. Propósito, visión y estrategia
2. Cultura de la organización y liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CRITERIOS DE EJECUCIÓN DEL MODELO EFQM

1. Implicar a los grupos de interés
2. Crear valor sostenible
3. Gestionar el funcionamiento y la transformación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CRITERIOS DE RESULTADOS DEL MODELO EFQM

1. Percepción de los grupos de interés
2. Rendimiento estratégico y operativo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIÓN DE LA MEJORA CONTINUA: ESQUEMA LÓGICO REDER

1. El Concepto REDER
2. Aplicación de la metodología REDER a Dirección y Ejecución
3. Aplicación de la metodología REDER a Resultados
4. Matrices de análisis y puntuación
5. Esquema general del proceso de evaluación
6. Etapas clave del proceso de evaluación
7. Modelo adaptado
8. Últimas novedades del modelo EFQM de excelencia

UNIDAD DIDÁCTICA 9. RECONOCIMIENTOS MODELO EFQM

1. Visión General
2. Proceso del premio
3. Proceso del Sello CGC
4. Convalidación con el reconocimiento de EQM
5. El nuevo enfoque de evaluación de la EFQ

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APLICACIONES PRÁCTICAS DEL MODELO EFQM

1. La importancia del cuestionario de autoevaluación
2. Herramienta de Guía y Soporte a la Metodología de Autoevaluación

MÓDULO 2. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. ISO 9001:2015

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRINCIPIOS CLAVE DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. Introducción a los principios básicos del Sistema de Gestión de la Calidad
2. Enfoque al cliente
3. Liderazgo
4. Participación del personal
5. Enfoque basado en procesos
6. Mejora
7. Toma de decisiones basada en la evidencia
8. Gestión de las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS BÁSICAS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. Ciclo PDCA (Plan/Do/Check/Act)
2. Tormenta de ideas
3. Diagrama Causa-Efecto
4. Diagrama de Pareto
5. Histograma de frecuencias
6. Modelos ISAMA para la mejora de procesos
7. Equipos de mejora
8. Círculos de Control de Calidad
9. El orden y la limpieza: las 5S
10. Seis SIGMA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. INTRODUCCIÓN A LA ISO 9001:2015

1. Las normas ISO 9000 y 9001
2. La Estructura de Alto Nivel
3. Principales factores de desarrollo de la ISO 9001: 2015

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. ISO 9001:2015

1. Objeto y Campo de Aplicación
2. Referencias Normativas
3. Términos y Definiciones
4. Contexto de la Organización
5. Liderazgo
6. Planificación
7. Soporte
8. Operación
9. Evaluación del desempeño
10. Mejora

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD (SGC)

1. Documentación de un SGC
2. Hitos en la implantación de un SGC
3. Etapas en el desarrollo, implantación y certificación de un SGC
4. Metodología y puntos críticos de la implantación
5. El análisis DAFO
6. El proceso de acreditación
7. Pasos para integrar a los colaboradores del Sistema de Gestión de la Calidad en la empresa
8. Factores clave para llevar a cabo una buena gestión de la calidad

MÓDULO 3. IMPLANTACIÓN DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD APLICADA A LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

1. ¿Qué es la calidad?
2. Progreso hacia la calidad total
3. Gestión de las empresas turísticas a través de la calidad total
4. Exigencias para el cumplimiento de la calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS, PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Aseguramiento de la calidad a través de las políticas de empresa
2. Sistemas de calidad y su planificación
3. Sistemas de calidad y su gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODELOS Y HERRAMIENTAS EN LOS PROCESOS DE CALIDAD

1. Principales beneficios en la gestión de la calidad
2. Nuevas tendencias en la gestión por procesos para la calidad

3. Principales herramientas utilizadas en los sistemas de calidad
4. Principios a modificar en la gestión tradicional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESO PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Ciclo de mejora de la calidad
2. Pilares fundamentales en la gestión de mejora de la calidad
3. Problemas comunes en la implantación de la calidad
4. Costes asociados a los planes de mejora
5. El planning de mejora de la calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA CALIDAD

1. La adecuación del sistema administrativo
2. Acciones informativas para la aplicación de la calidad
3. Los círculos de calidad como sistemas de participación
4. Diseño y ejecución de controles de calidad
5. Responsabilidad de la alta gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. ISO 9001:2015

1. Las normas ISO 9000 y 9001
2. Introducción al contenido de la UNE-EN ISO 9001:2015
3. La norma ISO 9001:2015 Requisitos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. Documentación de un SGC
2. Hitos en la implantación de un SGC
3. Etapas en el desarrollo, implantación y certificación de un SGC
4. Metodología y puntos críticos de la implantación
5. El análisis DAFO
6. El proceso de acreditación
7. Pasos para integrar a los colaboradores del Sistema de Gestión de la Calidad en la empresa
8. Factores clave para llevar a cabo una buena gestión de la calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. OTROS SISTEMAS DE CALIDAD TURÍSTICA EN EMPRESAS Y ENTIDADES TURÍSTICAS

1. Normas de Calidad Turística Española (Q)
2. Iniciativas de Calidad Turística en las CCAA
3. El modelo SERVQUAL aplicado a empresas turísticas
4. Hotelqual: medidor de la Calidad del Servicio en Hoteles
5. Otros medidores de servicios y productos turísticos: Tripadvisor e ITH Mystery Guest

MÓDULO 4. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y RSC. NORMATIVA DE PRL Y LOPD EN LA EMPRESA TURÍSTICA.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

1. Introducción a la gestión medioambiental
2. ¿Qué es la Gestión Medioambiental?
3. Opciones para implantar un SGMA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SENSIBILIZACIÓN. POR QUÉ Y PARA QUÉ DE LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

1. Razones para implantar en una empresa SGMA
2. Beneficios de la implantación de un SGMA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASES PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

1. Preparación
2. Planificación
3. Evaluación Medioambiental Inicial
4. Preparativos para la certificación
5. El proceso de Certificación
6. Mejora ambiental continua

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL Y LA RSC

1. La responsabilidad social corporativa
2. Ética y RSC
3. El nuevo modelo de empresa
4. La evolución de la RSC
5. Características básicas de la RSC
6. La RSC en las PYMES
7. La actualidad de la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS NUEVOS MODELOS EMPRESARIALES: SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD

1. Filosofía de la Empresa Socialmente Responsable
2. Características de la Empresa Socialmente Responsable
3. La Generación de Valor en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

1. La Dirección Empresas Responsables
2. La Gestión Empresarial basada en el Gobierno Corporativo
3. Ética y Códigos de Conducta en la Acción Directiva
4. Las Auditorías de Responsabilidad Social Corporativa
5. Diseño de un modelo de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PRL EN EL SECTOR HOTELERO

1. Conceptos generales en prevención de riesgos en el trabajo
2. Especificaciones del sector hostelero en la PRL
3. Fundamentos legales del sector hostelero en la PRL
4. Tipos de riesgos y formas de prevención
5. Riesgos psicosociales en el sector hostelero

6. Mobbing: prevención e intervención
7. El estrés laboral y burnout: prevención e intervención

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRINCIPIOS DE LA PROTECCIÓN DE DATOS

1. El binomio derecho/deber en la protección de datos
2. Licitud del tratamiento de los datos
3. Lealtad y transparencia
4. Finalidad del tratamiento de los datos: la limitación
5. Minimización de datos
6. Exactitud y Conservación de los datos personales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DERECHOS DE LOS CIUDADANOS EN LA PROTECCIÓN DE SUS DATOS PERSONALES

1. Derechos de las personas respecto a sus Datos Personales
2. Transparencia e Información
3. Acceso, Rectificación, Supresión (Olvido)
4. Oposición
5. Decisiones individuales automatizadas
6. Portabilidad de los Datos
7. Limitación del tratamiento
8. Excepciones a los derechos
9. Casos específicos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA RESPONSABILIDAD PROACTIVA

1. El Principio de Responsabilidad Proactiva
2. Privacidad desde el Diseño y por Defecto Principios fundamentales
3. Evaluación de Impacto relativa a la Protección de Datos (EIPD) y consulta previa Los Tratamientos de Alto Riesgo
4. Seguridad de los datos personales Seguridad técnica y organizativa
5. Las Violaciones de la Seguridad Notificación de Violaciones de Seguridad
6. El Delegado de Protección de Datos (DPD) Marco normativo
7. Códigos de conducta y certificaciones

MÓDULO 5. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN RELACIÓN CON PROVEEDORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNCIÓN DE COMPRAS Y APROVISIONAMIENTO. ESTRATEGIAS PARA UNA GESTIÓN EFICAZ

1. Conceptos y objetivos de la función de compras
2. La importancia de la Gestión de Compras
3. Funciones de la Dirección de Compras en las distintas etapas del aprovisionamiento
4. La estructura de la empresa y la eficacia en la gestión de compras
5. Contribución al beneficio de la empresa y su relación con otras áreas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INVESTIGACIÓN, BÚSQUEDA ACTIVA Y RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

1. Internacionalización de las empresas

2. La solicitud de oferta
3. Canales de búsqueda activa
4. Búsqueda de posibles proveedores
5. Criterios de selección

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA PREVISIÓN CUANTITATIVA

1. Introducción
2. Análisis ABC
3. Métodos de previsión
4. Algunos conceptos básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA OPERATIVA DE TRABAJO EN COMPRAS

1. Introducción
2. Petición y evaluación de ofertas
3. La negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO Y GESTIÓN DE STOCK

1. Idea global y presentación
2. Costos de inventarios
3. Planificación del reaprovisionamiento
4. Control de inventarios
5. Gestión integrada de inventarios
6. Simulación dinámica de estrategias de reaprovisionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTRATOS MERCANTILES PARA LA GESTIÓN DE COMPRAS

1. Contrato de compraventa
2. Póliza de seguro
3. Contrato de leasing
4. Contrato de renting
5. Contrato de factoring
6. Confirming de proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 7. OBJETIVOS Y PRINCIPIOS DEL CONTROL DE LA CALIDAD

1. Definición del control de calidad
2. Aspectos económicos del control de calidad
3. Principios de acción y resultados de un control de calidad moderno

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL PLAN DE ACCIÓN DEL CONTROL DE CALIDAD

1. La necesidad de un programa
2. Las fases del plan de acción
3. El análisis de costes y la definición de los objetivos

MÓDULO 6. CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DECISIONES QUE INFLUYEN AL CLIENTE

1. Las decisiones sobre los productos
2. Las decisiones sobre distribución
3. Las decisiones sobre precios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1. Servicio al cliente
2. La calidad del servicio al cliente
3. Asistencia al cliente
4. Indicaciones de la asistencia al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE

1. Introducción
2. Herramientas de medida de la calidad percibida
3. Calidad percibida por el consumidor
4. Calidad de servicio
5. ¿Por qué medir la calidad percibida?
6. ¿Por qué resulta difícil medir la calidad percibida?
7. Herramientas para medir la satisfacción del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CLIENTE

1. El cliente
2. Comportamiento del cliente
3. Necesidades del cliente
4. Tipos de clientes
5. Análisis de comportamiento del cliente
6. Factores de influencia en la conducta del cliente
7. Modelos de comportamiento del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL VENDEDOR

1. El vendedor
2. Tipos de vendedores
3. Características del buen vendedor
4. Cómo tener éxito en las ventas
5. Actividades del vendedor
6. Nociones de psicología aplicada a la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN VERBAL

1. Introducción
2. Defectos frecuentes de la comunicación
3. Leyes de la Comunicación
4. Principios de la Comunicación
5. El proceso de Comunicación
6. Mensajes que faciliten el diálogo

7. Obstructores de la Comunicación
8. La retroalimentación
9. Ruidos y barreras en la Comunicación
10. La expresión oral en la venta
11. Veinte sugerencias para la Comunicación oral
12. Conclusión: consejos prácticas para mejorar la Comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ACTITUD Y COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. Introducción
2. ¿Qué es la Comunicación no verbal?
3. Componentes de la Comunicación no verbal
4. El contacto visual
5. La proxémica
6. La postura y la posición
7. Bloqueos y barreras corporales
8. Los gestos
9. El apretón de manos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRATAMIENTO DE QUEJAS, DUDAS, RECLAMACIONES Y OBJECIONES

1. Introducción
2. ¿Por qué surgen las reclamaciones?
3. Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones
4. ¿Qué hacer ante el cliente?
5. ¿Qué no hacer ante el cliente?
6. Actitud ante las quejas y reclamaciones
7. Tratamiento de dudas y objeciones
8. Atención telefónica en el tratamiento de quejas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEGURIDAD E HIGIENE

1. Seguridad; los riesgos
2. Higiene y calidad del ambiente
3. Comfort y ambientes de trabajo
4. Métodos de conservación y manipulación de alimentos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SIGLO XXI

1. Atención al cliente en el siglo XXI
2. Ideas clave

MÓDULO 7. INTRODUCCIÓN AL MERCADO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE TURISMO

1. Introducción al turismo
2. Conceptualización del turismo
3. Naturaleza del producto turístico de España
4. Distribución del flujo turístico en España

5. Distribución del flujo turístico internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELEMENTOS DEL MERCADO TURÍSTICO

1. ¿Qué es el producto turístico?
2. Oferta y demanda turística en España
3. Proceso de distribución del producto turístico
4. Sistemas de distribución
5. Contexto de la empresa turística
6. Fuentes de regulación jurídica de la empresa turística

MÓDULO 8. PROCESO INTEGRAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACERCAMIENTO A LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Marco conceptual de la demanda turística
2. Naturaleza de la demanda turística
3. Estudio de mercado: la demanda viajera
4. Criterios de segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO TURÍSTICO EN RELACIÓN A LA DEMANDA

1. Contexto de la actividad turística
2. Fluctuación de la demanda turística
3. Proceso de la demanda turística
4. Naturaleza del Plan de Acción
5. Segmentación del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SOPORTES DE INFORMACIÓN PARA LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Introducción
2. Los soportes impresos
3. Los soportes mecanizados

MÓDULO 9. ESTUDIO DE LA OFERTA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA OFERTA TURÍSTICA Y EL MERCADO

1. Composición de la oferta turística
2. Diferentes ofertas turísticas
3. Desglose de la oferta turística
4. El binomio oferta-demanda

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SERVICIO DE ALOJAMIENTO

1. Características propias de la hostelería
2. Hoteles y otros tipos de alojamientos
3. Proceso de reservas de alojamientos
4. Bases de datos en la venta de alojamientos
5. Tipos de reservas hoteleras

6. Tipos y regulación de las tarifas hoteleras
7. Funcionamiento de las cadenas hoteleras y centrales de reservas
8. Conflictos comunes en la intermediación hotelera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIO DE TRANSPORTE POR CARRETERA

1. Definición y relación con compañías de transporte
2. Gestión y reserva de transporte regular por carretera
3. "Charteo" de vehículos por carretera
4. Gestión y reserva de vehículos de alquiler

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SERVICIO DE TRANSPORTE AÉREO

1. Compañías aéreas y tipos de vuelos
2. Organismos reguladores del transporte aéreo y sus convenios
3. Tipos y desarrollo de las tarifas aéreas
4. Gestión y reservas de plazas aéreas
5. El billete aéreo y demás documentación exigida
6. Transporte aéreo con atenciones especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIO DE TRANSPORTE FERROVIARIO

1. Renfe
2. Transporte regular y turístico nacional
3. Transporte regular y turístico europeo
4. Manual de interpretación y guía de horarios
5. Tarifas por distancia, clase y tren
6. Gestiones con Renfe para la reserva y compra de billetes
7. Condiciones legales y modificaciones del billete de tren

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SERVICIO DE TRANSPORTE MARÍTIMO

1. Transporte marítimo, fluvial y lacustre
2. Transporte marítimo regular y turístico
3. Guías necesarias en la reserva y gestión de horarios
4. Cálculo de tarifas marítimas
5. Gestión de la venta de servicios acuáticos y de línea regular
6. Tipos, composición, emisión, valoración y recorrido de los billetes de línea regular

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SERVICIOS DE PAQUETES TURÍSTICOS

1. Tipos de viajes combinados
2. Folletos publicitarios para la divulgación de la oferta
3. Gestiones necesarias en la reserva de viajes combinados
4. Diseño y programación de productos y servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS

1. Gestión y condiciones de los seguros de viaje
2. Contratación de guías, informadores y animadores turísticos

3. Gestión de otros servicios turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE NEGOCIOS: CONGRESOS Y CONVENCIONES

1. Características de los viajes de negocios
2. Viajes comerciales individuales
3. Turismo de congresos y convenciones
4. Productos y servicios para empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. NUEVAS TENDENCIAS: VIAJES TURÍSTICOS SOSTENIBLES

1. Máximas del turismo sostenible
2. Impacto negativo del turismo en el entorno
3. Comercialización de productos turísticos sostenibles
4. Exigencias del diseño de destinos sostenibles

MÓDULO 10. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. Conceptos y componentes
2. Análisis del producto-destino turístico
3. Análisis del mercado turístico
4. Plan para el desarrollo del producto turístico
5. Principios y Factores para diseñar un paquete-producto turístico
6. Diseño del producto turístico
7. Fases del ciclo de vida del producto turístico
8. Diferenciar el producto turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA E INVENTARIO DE RECURSOS

1. Planificación turística
2. Inventario de recursos para el desarrollo turístico

