

Master en Gestión y Planificación Sostenible de Destinos Turísticos



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.



Master en Gestión y Planificación Sostenible de Destinos Turísticos



DURACIÓN
600 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación 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 XXXXXXXX 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 ÁREA MANAGER



Con el aval del Consejo Español del Comercio Exterior y Social de la UNED (CECCO) (Plan. Resolución 0045)

Descripción

Este Master en Gestión y Planificación Sostenible de Destinos Turísticos le ofrece una formación especializada en la materia. El desarrollo sostenible es el modelo del siglo XXI. Cuenta con la necesidad de la planificación y gestión turística, siendo estas las herramientas fundamentales para la generación, el desarrollo y el posicionamiento de destinos turísticos a nivel tanto nacional como internacional. Por ese motivo, este máster aporta los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para desenvolverte profesionalmente en el sector del turismo sostenible, al adquirir la formación necesaria para liderar el cambio hacia una gestión sostenible y estructurada de la actividad turística, tanto en la administración pública como en el sector privado.

Objetivos

- Adquirir los conocimientos necesarios para entender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales.
- Identificar, diseñar e implementar estrategias de gestión y promoción de destinos turísticos según los principios de sostenibilidad económica, social y ambiental.
- Aplicar las herramientas e instrumentos necesarios para la gestión y planificación de destinos turísticos.
- Elaborar planes y acciones estratégicas de marketing de destinos y productos turísticos.

Para qué te prepara

Este Master en Gestión y Planificación Sostenible de Destinos Turísticos está dirigido a profesionales del sector turístico con competencias o relaciones directas en la creación o implantación de estrategias y políticas de gestión, planificación y promoción de destinos turísticos.

A quién va dirigido

El Master en Gestión y Planificación Sostenible de Destinos Turísticos tiene como principal objetivo formar a profesionales que contribuyan y mejoren la gestión del turismo, así como satisfacer las necesidades que actualmente encontramos en la actividad turística, siempre desde una perspectiva internacional, integradora e interdisciplinaria.

Salidas laborales

Las personas con esta formación adquirirán los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para desarrollar su carrera profesional tanto en el sector público como en organizaciones privadas. Dentro de estos ámbitos, las principales salidas son: - Planificación y gestión pública de destinos:

técnico de gestión de administraciones públicas, responsable de programa de plan de dinamización, dirección de campaña de promoción de destino, responsable de centro de iniciativas turísticas, responsable de oficina de turismo, agente de desarrollo local. - Productos y actividades turísticas: técnico asesor de gestión del patrimonio natural y cultural, responsable de promoción y comercialización, gestor de nuevos productos. - Formación, investigación y consultoría: consultoría turística.

TEMARIO

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO Y LA SOSTENIBILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO Y LA HOSTELERÍA

1. Historia y evolución del Turismo
2. Concepto y definiciones
3. Análisis de la composición del producto turístico de España
4. Principales destinos turísticos españoles y sus características
5. Destinos turísticos internacionales
6. El mundo de la hostelería

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO TURÍSTICO Y LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Producto y características del producto
2. La oferta y la demanda del turismo en España
3. La distribución turística
4. Las centrales de reservas
5. Los sistemas globales de distribución
6. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional
7. Las motivaciones turísticas
8. La distribución del turismo en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

1. Declaraciones internacionales
2. Las políticas de turismo sostenible en la Unión Europea

3. Regulación del turismo sostenible

MÓDULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

1. Introducción
2. Las fases de la investigación de mercado
3. Los indicadores turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL TURISMO Y LA ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

1. Concepto de Turismo Evolución del concepto de Turismo
2. El sistema turístico Partes o subsistemas
3. El mercado turístico
4. La demanda turística
5. Pautas para investigar la demanda viajera
6. La oferta turística Componentes de la oferta turística
7. Evolución histórica del turismo Situación y tendencias
8. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados
9. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados
10. Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

1. Los componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

1. Estudios de mercado
2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4. Segmentación de los mercados
5. Tipos de mercado
6. Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING TURÍSTICO

1. Concepto de Marketing
2. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de turismo
3. Marketing directo
4. El merchandising
5. Marketing operacional y marketing mix en el sector de turismo
6. Marketing vivencial, sensorial o experiencial
7. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo
8. 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

9. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales
10. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas

MÓDULO 3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE PRODUCTOS Y DESTINOS TURISTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NATURALEZA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

1. Conceptualización de la empresa turística
2. Estructura interna de la empresa
3. El empresario turístico
4. Contexto de la empresa turística
5. Tipos de empresas turísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONCEPTO DE ESTRATEGIA EN LA EMPRESA TURÍSTICA

1. Concepto de estrategia
2. Actitud estratégica
3. Pensamiento estratégico
4. La empresa como conjunto de recursos y capacidades
5. Implicaciones estratégicas de la teoría de los recursos y capacidades

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Descripción del negocio
2. Organización y recursos humanos
3. Organización y departamentos
4. Estudio de mercado
5. Plan de marketing
6. Plan de producción
7. Plan financiero

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APROXIMACIÓN A LOS RECURSOS TURÍSTICOS

1. Ocio y tiempo libre como recursos
2. Los recursos locales y regionales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGULACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA TURÍSTICA

1. Contexto de la empresa turística
2. Fuentes de regulación jurídica de la empresa turística

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GOBERNANZA TURÍSTICA DEL DESTINO

1. Competitividad, sostenibilidad y gobernanza
2. Gobernanza turística y redes de actores
3. Retos y dificultades

UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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

MÓDULO 4. DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO Y EL DESTINO TURÍSTICO

1. El turismo
2. Productos turísticos
3. Destinos turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES

1. Turismo de sol y playa
2. Turismo de naturaleza y turismo activo
3. Turismo cultural y religioso
4. Turismo profesional
5. Turismo social y de salud

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

1. Europa
2. África
3. América del Norte
4. América Central y América del Sur
5. Asia
6. Oceanía

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y CULTURAL

1. Análisis de los recursos y servicios del destino turístico
2. Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio
3. Medios interpretativos personales y no personales
4. Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución de la información
5. Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios
6. Integración e interrelación de información

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DESTINOS TURÍSTICOS CULTURALES

1. Cultura y turismo: conformación de destinos
2. Ciudades históricas como espacios patrimoniales

3. Complejidad de las aglomeraciones urbanas como atractivo complementario
4. La cultura rural como atractivo turístico

MÓDULO 5. GESTIÓN SOSTENIBLE DEL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL TURISMO SOSTENIBLE?

1. Introducción
2. Conceptos básicos
3. ¿Cuándo y por qué surge el ecoturismo?
4. Repercusión internacional
5. Actividad turística
6. Educación Ecoturismo
7. Casos prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA SOSTENIBLE

1. Introducción
2. Promoción de los paquetes turísticos a la oferta
3. Venta de viajes programados
4. Elaboración y programación de un paquete turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INNOVACIONES DE BAJO COSTE COMO MECANISMO INDUCTOR DEL TURISMO

1. Concepto de innovación y sistemas de innovación
2. Relación entre el concepto de innovación y los sistemas de innovación
3. La innovación en el sector turístico

MÓDULO 6. GESTIÓN SOSTENIBLE APLICADA A EMPRESAS HOSTELERAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. INCIDENCIA AMBIENTAL DE LA ACTIVIDAD HOTELERA

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 3. GESTIÓN SOSTENIBLE EN LOS HOTELES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. 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 6. 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

