



EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Titulación certificada por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Duración: 710 horas

Precio: 999 € *

Modalidad: Online

* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.



Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Descripción

Este Master en Administración Turística le ofrece una formación especializada en la materia. Si se dedica profesionalmente al sector turístico y quiere conocer los aspectos fundamentales sobre la Administración Turística en este entorno este es su momento, con el Master en Administración Turística podrá adquirir los conocimientos esenciales para desempeñar esta función con éxito. La gestión de los Recursos Humanos en el sector turístico está experimentando una profunda transformación con la emergencia de las TIC y la sociedad en red, que es importante también adaptarse a este cambio sin dejar de lado una perspectiva tradicional. Realizando este Master en Administración Turística conocerá al entorno de la administración turística en el sector empresarial del turismo.

Euroinnova Business School

Euroinnova Business School, es una escuela de negocios avalada por 5 universidades y múltiples instituciones a nivel internacional. En el siguiente enlace puede ver los

cursos Homologados

Además Euroinnova cuenta con más de 10.000

cursos online

Puede matricularse hoy con un 10% de descuento, si se matricula online en el siguiente enlace:



Al formar parte de Euroinnova podrás disponer de los siguientes servicios totalmente gratis, además de pasar a formar parte de una escuela de negocios con un porcentaje de satisfacción de más del 95%, auditada por agencias externas, además de contar con el apoyo de las principales entidades formativas a nivel internacional.



Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

A quién va dirigido

Este Master en Administración Turística está dirigido a experto en la materia que quieran ampliar sus conocimientos o aplicar las técnicas oportunas para crear o administrar una empresa en el sector de la hostelería y turismo.

Objetivos

- Estudiar los diferentes tipos de agencias de viajes que hay en el mercado de la oferta turística global.
- Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente en establecimientos turísticos, a fin de satisfacer sus expectativas y materializar futuras estancias.
- Definir o realizar procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo, identificando las características de calidad más significativas.
- Conocer las características para la selección del personal en las empresas turísticas.
- Aprender la importancia de la excelencia en la prestación de un servicio de calidad al cliente en las empresas turísticas.
- Conocer las estrategias de mejora de la motivación laboral en las empresas turísticas.
- Conocer los trámites administrativos para la puesta en marcha de una empresa del sector de hostelería y turismo.
- Adquirir los conceptos de contabilidad y nociones básicas.
- Aplicar el marketing en el mercado turístico.
- Realizar un plan de marketing en el ámbito del turismo.
- Comprender conocimientos básicos del turismo y la estructura del mercado turístico, atendiendo tanto al producto turístico, como a la demanda u oferta turística.
- Conocer los tipos de empresas hoteleras.
- Aplicar los diferentes procesos de planificación y organización en empresas hoteleras.

Para que te prepara

Este Master en Administración Turística le prepara para desenvolverse profesionalmente en el sector de la hostelería y turismo llegando a aplicar técnicas esenciales para la administración de una empresa de este tipo, atendiendo a todos los aspectos importantes en la materia.

Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Salidas laborales

Turismo / Experto en marketing turístico / Agencias de viajes / Establecimientos hoteleros / Dirección de alojamientos hoteleros / Empresas hoteleras / Dirección de empresas turísticas / Gestor turístico

Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Administración Turística con 600 horas expedida por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales

- Titulación Universitaria en Dirección Estratégica de Turismo con 4 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

TITULACIÓN EXPEDIDA POR
EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



**3ª Mejor Escuela de Negocios
España
(RANKING EL ECONOMISTA)**

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

Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



EUROINNOVA FORMACION

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

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

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2014
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 23 de Abril de 2014

La dirección General

Ei/La interesado/a

Sello



INTERNATIONAL COMMISSION ON DISTANCE EDUCATION
Con Estatuto Consultivo Consejo Superior de Ciencias Económicas y Sociales de la UNESCO (plum. Resolución 60/8)

Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- PayPal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Llama gratis al 900831200 e informate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Materiales didácticos



- Maletín porta documentos
-
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plan profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- Por e-mail: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- Por teléfono: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de 6 meses para la finalización del curso, a contar desde la fecha de recepción de las mate del mismo.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Agencia de colocación autorizada N° 9900000169

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá 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, etc.

Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

Programa formativo

PARTE 1. TURISMO

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO: CONCEPTO, TIPOS Y LEGISLACIÓN GENERAL

- 1.Introducción
- 2.El concepto de turismo
- 3.Análisis de la composición del producto turístico en España
- 4.Destinos turísticos españoles
- 5.Destinos turísticos internacionales
- 6.El crecimiento del turismo mundial
- 7.Legislación General del Sector Turístico

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.

MÓDULO 2. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN APLICADA A LA HOSTELERÍA Y TURISMO

- 1.La comunicación óptima en la atención al cliente.
- 2.Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales
- 3.Resolución de problemas de comunicación
- 4.Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

- 1.Clasificación de clientes
- 2.La atención personalizada
- 3.El tratamiento de situaciones difíciles.
- 4.La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión

5. Europea.

MÓDULO 3. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA.

1. Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
 - 1.- Comunicación verbal.
 - 2.- Comunicación no verbal.
2. Técnicas de protocolo e imagen personal.
3. El informador como asesor de tiempo libre.
 - 1.- Personalización de la atención y acogida.
 - 2.- Adaptación de la información a los tiempos de estancia y consumo.
 - 3.- Adaptación de la información a las expectativas de viaje.
4. Tipologías de clientes:
 - 1.- Visitantes (turistas y excursionistas).
 - 2.- Clientes internos (oferta del destino y población local).
 - 3.- Gestión de tiempos de atención, gestión de colas y gestión de crisis.
5. Medios de respuesta:
 - 1.- Atención de solicitudes de información no presenciales: gestión de correo postal, e-mail y otras formulas derivadas de las tecnologías de la información.
 - 2.- Atención telefónica.
 - 3.- Gestión del sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones.
 - 4.- Obtención de datos de interés para el servicio y estadísticas turísticas.
6. Legislación en materia de protección al usuario.

MÓDULO 4. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 7. 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 8. 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

MÓDULO 5. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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 10. 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 11. 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.

MÓDULO 6. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 12. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN INGLÉS DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

1. Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
2. Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
3. Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
4. Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
5. Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
6. Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PRESTACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN INGLÉS.

1. Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística.
2. Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes.
3. Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio.
4. Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre.
5. Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan.

6.Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados.

7.Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico.

UNIDAD DIDÁCTICA 14. 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.

PARTE 2. DIRECCIÓN Y DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

1.Introducción

2.Reclutamiento de personal: fuentes

3.Selección de personal: definición y características

4.¿Qué predice el comportamiento laboral?

1.- Inteligencia

2.- Rasgos de personalidad

3.- Motivación en el trabajo

4.- Valores relacionados con el trabajo

5.- Actitudes relacionadas con el trabajo

5.Instrumentos de selección de personal

1.- Tests de aptitudes

2.- Entrevista

3.- Medidas de personalidad

4.- Otros instrumentos evaluativos

6.Integración del empleado en la empresa

7.Desvinculación laboral del empleado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LOS RECURSOS HUMANOS

1.Introducción

2.¿En qué consiste la evaluación del rendimiento?

3.Propósitos de la evaluación

4.Aspectos a evaluar

5.¿Quién debe evaluar?

1.- El propio empleado: autoevaluación

2.- El supervisor

3.- Los iguales o compañeros de trabajo

4.- Los subordinados

- 5.- Los clientes o usuarios de un servicio
- 6.- Evaluación de 360 grados
- 7.- Errores que pueden cometer los evaluadores
- 6.Herramientas de evaluación
 - 1.- Técnicas relacionadas con la producción
 - 2.- Técnicas de estimación de méritos
- 7.Importancia de la excelencia en la prestación de un servicio de calidad al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORMACIÓN CONTINUA DE LOS RECURSOS HUMANOS

- 1.Introducción
- 2.Formación continua versus desarrollo en contextos laborales
- 3.Importancia de la planificación de la formación continua
- 4.Análisis de necesidades de formación
- 5.Diseño de la formación
 - 1.- Objetivos instruccionales y características de los participantes
 - 2.- Contenidos de la formación
 - 3.- Estrategias metodológicas
 - 4.- Recursos didácticos
- 6.Transferencia y evaluación de la formación
 - 1.- Transferencia: factores determinantes
 - 2.- Qué, cuándo y cómo hay que evaluar la formación
- 7.Más allá de la formación continua tradicional: estrategias de cambio de actitudes y de mejora de la motivación laboral
 - 1.- Estrategias para el cambio de actitudes en las organizaciones
 - 2.- Estrategias de mejora de la motivación laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESOS DE DINAMIZACIÓN DEL POTENCIAL HUMANO

- 1.Introducción
- 2.Desarrollo de la carrera profesional: importancia de su planificación
 - 1.- Planificación de la carrera profesional desde una perspectiva individual
 - 2.- Planificación de la carrera profesional desde una perspectiva organizacional
- 3.Desigualdades en el desarrollo de la carrera profesional: el techo de cristal
- 4.El coaching como estrategia de desarrollo personal y profesional
- 5.Acerca del coach y el proceso de coaching
- 6.Herramientas de coaching
- 7.Hacia la autogestión de la carrera profesional

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS EQUIPOS DE TRABAJO. COMPOSICIÓN Y ESTRUCTURA

- 1.Introducción
- 2.Definición de equipo de trabajo
- 3.La sinergia: el sostén de equipo de trabajo
- 4.Condiciones para generar equipos de calidad
- 5.¿Por qué fallan los equipos de trabajo?
- 6.¿Por qué hablamos de equipos y no de grupos?
 - 1.- Diferencias entre grupo y equipo de trabajo

- 2.- Tipos de equipos
- 7.¿Quiénes forman el equipo de trabajo? Efectos de la composición
 - 1.- Efectos del tamaño del equipo
 - 2.- Derivaciones de la diversidad en los equipos
- 8.La estructura del equipo de trabajo
 - 1.- El concepto de estructura
 - 2.- Principales elementos de la estructura del equipo
- 9.El trabajo en equipo
 - 1.- Técnicas expositivas
 - 2.- Técnicas para fomentar la participación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROCESOS EMERGENTES EN LOS EQUIPOS DE TRABAJO

- 1.Introducción
- 2.Procesos de comunicación en los equipos de trabajo
 - 1.- Barreras para una comunicación eficaz
 - 2.- La comunicación formal
 - 3.- La comunicación informal
- 3.Procesos de influencia en los equipos de trabajo
 - 1.- El liderazgo en los equipos de trabajo
 - 2.- La influencia social en los equipos
- 4.Efectos de la toma de decisiones en equipo
 - 1.- La normalización
 - 2.- La polarización grupal
 - 3.- El pensamiento grupal (groupthink)

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA SOCIEDAD EN RED Y LOS RECURSOS HUMANOS (I)

- 1.Introducción
- 2.La nueva sociedad en red. Hacia las organizaciones virtuales
 - 1.- Etapa Informática: el ordenador personal y el sistema operativo de disco (década de los 80)
 - 2.- Etapa de Internet: la emergencia de Internet y del navegador web. La web 1.0 (década de los 90)
 - 3.- Etapa de virtualización: comunidades virtuales, la web 2.0 y la web semántica
- 3.La (r)evolución de las TICC en los aspectos humanos
 - 1.- Era Informática
 - 2.- Era de Internet
 - 3.- Etapa de web 2.0
- 4.La (r)evolución de las TICC en el sector turístico: turismo 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA SOCIEDAD EN RED Y LOS RECURSOS HUMANOS (II)

- 1.Introducción
- 2.Administración de prestaciones
- 3.Reclutamiento y selección online
 - 1.- La era Informática
 - 2.- La era Internet
 - 3.- La era Virtual

4. Dinamización del potencial humano en las empresas 2.0
5. Comunicación: manual del empleado, groupware (web 1.0) y portal del empleado (web 2.0)
 - 1.- La etapa Informática
 - 2.- La etapa Internet
 - 3.- La etapa Virtual
6. Formación: del CD-ROM multimedia al e-learning y EPA
 - 1.- La etapa de Internet: las plataformas de e-learning
 - 2.- Etapa Virtual
7. La Organización que Aprende (Learning Company)

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Los Recursos Humanos en el ámbito turístico Asut, Sonia. Grandío, Antonio. Peris, Rosana. Publicado por Editorial Síntesis

PARTE 3. INICIATIVA EMPRENDEDORA PARA EMPRESAS DE HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Innovación y desarrollo económico Principales características de las empresas del sector de hostelería y turismo
5. La iniciativa emprendedora La cultura emprendedora como necesidad social
6. El emprendedor
7. Motivación empresarial Los emprendedores como empleados o como empresarios de una empresa del sector turístico
8. El empresario y la actividad empresarial
9. La colaboración entre emprendedores
10. El riesgo de la actividad emprendedora
11. Objetivos personales versus objetivos empresariales
12. Buenas prácticas de cultura emprendedora en el sector de hostelería y turismo
13. Resumen
14. Actividades de autoevaluación
15. Investiga
16. Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1. Objetivos
2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Introducción
5. La empresa Funciones básicas
6. La empresa como sistema
7. Tipos de empresa
8. Análisis del entorno general y específico de la empresa
9. Relaciones de las empresas del sector turístico con su entorno y con el conjunto de la sociedad

- 10.La cultura de la empresa La imagen corporativa
- 11.La responsabilidad social corporativa
- 12.El balance social
- 13.Resumen
- 14.Actividades de autoevaluación
- 15.Investiga
- 16.Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN DE UNA EMPRESA

- 1.Objetivos
- 2.Mapa conceptual
- 3.Glosario
- 4.Introducción
- 5.Elección de la forma jurídica
- 6.Formas jurídicas
- 7.Trámites para la constitución de las formas jurídicas
- 8.Resumen
- 9.Actividades de autoevaluación
- 10.Investiga
- 11.Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA

- 1.Objetivos
- 2.Mapa conceptual
- 3.Glosario
- 4.Trámites administrativos para la puesta en marcha de una empresa del sector de hostelería y turismo
- 5.Ventanilla única empresarial y puntos de asesoramiento e inicio de tramitación
- 6.Proceso telemático para la creación de una empresa
- 7.Resumen
- 8.Actividades de autoevaluación
- 9.Investiga
- 10.Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

- 1.Objetivos
- 2.Mapa conceptual
- 3.Glosario
- 4.Introducción
- 5.Inversión Plan de inversión
- 6.Financiación: Fuentes de financiación
- 7.Financiación pública
- 8.Resumen
- 9.Actividades de autoevaluación
- 10.Investiga

11.Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA CONTABILIDAD EN LA EMPRESA

- 1.Objetivos
- 2.Mapa conceptual
- 3.Glosario
- 4.Concepto de contabilidad y nociones básicas
- 5.El patrimonio de la empresa
- 6.La cuenta de resultados (pérdidas y ganancias)
- 7.El plan de tesorería
- 8.Análisis económico-financiero
- 9.Resumen
- 10.Actividades de autoevaluación
- 11.Investiga
- 12.Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

- 1.Objetivos
- 2.Mapa conceptual
- 3.Glosario
- 4.Introducción
- 5.Procesos administrativos
- 6.Documentos de la compraventa
- 7.Documentos relacionados con el pago y el cobro
- 8.Documentos específicos de las empresas del sector
- 9.Resumen
- 10.Actividades de autoevaluación
- 11.Investiga
- 12.Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA FISCALIDAD

- 1.Objetivos
- 2.Mapa conceptual
- 3.Glosario
- 4.La fiscalidad
- 5.Obligaciones fiscales en la empresa
- 6.Tipos de impuestos
- 7.Resumen
- 8.Actividades de autoevaluación
- 9.Investiga
- 10.Lee y debate en clase

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL PLAN DE EMPRESA

- 1.Objetivos

2. Mapa conceptual
3. Glosario
4. Plan de empresa Definición y utilidad
5. Guía para elaborar el plan de empresa
6. Ejemplos de plan de empresa

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Empresa e iniciativa emprendedora (Edición para Hostelería y Turismo) Ferrandis-García Aparisi, Gloria. Martínez Calderón, M.^a del Carmen. Publicado por Editorial Síntesis

PARTE 4. MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
 - 1.- Clasificación de la demanda
 - 2.- Demanda turística internacional y nacional
3. Pautas para investigar la demanda viajera
 - 1.- Fuentes y técnicas de recogida de información
 - 2.- Factores que determinan la evolución de la demanda turística
 - 3.- Parámetros básicos de la investigación
4. Segmentación de la demanda turística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
 - 1.- Proceso de marketing
 - 2.- Marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado

- 1.- Investigación turística
- 2.- Segmentación del mercado
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones
 - 1.- Técnicas de motivación
 - 2.- Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
 - 1.- Las funciones del director de marketing
 - 2.- Dirección y plan de marketing
3. El director de marketing como estratega
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
 - 1.- La misión y la cultura de la empresa
 - 2.- La elaboración del plan
3. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
 - 1.- Análisis de la situación
 - 2.- Diagnóstico de la situación
 - 3.- Definición de los objetivos
 - 4.- Estrategias
 - 5.- Planes de acción y presupuestos
 - 6.- Control del plan
5. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
 - 1.- Competencia comercial
 - 2.- Precios y condiciones comerciales
3. Distribución del producto
4. Imagen y publicidad
 - 1.- Imagen de la Agencia de Viajes
 - 2.- Publicidad de la Agencia de Viajes
5. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos

2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
 - 1.- E-Comunicación
 - 2.- E-mail marketing
5. La comunicación de destinos turísticos

PARTE 5. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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
 - 1.- Tipos de demanda turística
 - 2.- Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
 - 3.- Demanda turística internacional y nacional
 - 4.- Segmentación de la demanda turística
5. Pautas para investigar la demanda viajera
 - 1.- Fuentes y técnicas de recogida de información
 - 2.- Factores que determinan la evolución de la demanda turística
 - 3.- Parámetros básicos de la investigación
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
 - 1.- Técnicas de motivación
 - 2.- Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIRECCIÓN COMERCIAL Y DIRECCIÓN LOGÍSTICA

1. Planificación y estrategias comerciales
2. Promoción de ventas
3. La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios
4. Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales
5. Redes al servicio de la actividad comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE DIRECCIÓN EN TURISMO

1. Características de la Dirección.
 - 1.- Unidad de mando.
 - 2.- Delegación.
2. Tipos de Dirección.
 - 1.- Global.
 - 2.- Departamental.

- 3.- Operacional.
- 3.Ciclo de la Dirección.
 - 1.- Planificación y toma de decisiones.
 - 2.- Integración.
 - 3.- Trabajo en equipo.
 - 4.- Evaluación del desempeño.
 - 5.- Retribución.
 - 6.- Motivación.
- 4.Formación interna y continua de los trabajadores.
 - 1.- Análisis de las necesidades.
 - 2.- Ventajas de la formación.
- 5.Sistemas de incentivos para el personal.
 - 1.- Programas de pagos de incentivos.
 - 2.- Reducción de la rotación de personal.
 - 3.- Ayuda a la formación.
 - 4.- Conciliación.
 - 5.- Seguridad laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE MARKETING

- 1.Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
- 2.Características del plan
 - 1.- La misión y la cultura de la empresa
 - 2.- La elaboración del plan
- 3.Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
- 4.Etapas para elaborar un plan de marketing
 - 1.- Análisis de la situación
 - 2.- Diagnóstico de la situación
 - 3.- Definición de los objetivos
 - 4.- Estrategias

5.- Planes de acción y presupuestos

6.- Control del plan

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN EN TURISMO

1.El plan de promoción y comunicación de proyectos de animación turística.

2.Técnicas de promoción y comunicación:

1.- Objetivos de la promoción.

2.- Soportes más comunes.

3.- Criterios de utilización.

4.- Lugares y espacios para la promoción y la comunicación en contextos turísticos.

3.Valoración económica del plan de promoción y comunicación.

4.Métodos de seguimiento y evaluación de resultados del plan de promoción y comunicación.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLANIFICACIÓN EN EMPRESAS Y ENTIDADES DE TURISMO

1.La planificación en el proceso de administración.

2.Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos.

3.Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.

4.Revisión periódica de los planes en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas empresas.

5.La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.

6.Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DIRECCIÓN DE PERSONAL EN ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

1.La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones.

2.Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones.

3.Solución de problemas y toma de decisiones.

4.La dirección y el liderazgo en las organizaciones

1.- Perfil competencial del líder.

2.- Funciones esenciales del líder.

3.- Funciones complementarias del líder.

5.Concepto de trabajo en equipo. Diferencias. Ventajas del trabajo en equipo.

6.Técnicas y habilidades personales y sociales necesarias para el trabajo en equipo.

7.Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.

8.La motivación en el entorno laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1.División del trabajo y funciones.

2.Funciones específicas del Departamento de Recursos Humanos.

3.Detección de necesidades de contratación.

4.Determinación del perfil del candidato y oferta de empleo.

5.Soporte documental e informático en el proceso de selección.

6.Citación de los candidatos a las pruebas de selección.

7.Soporte documental de las pruebas de selección.

8.Documentación de los resultados de la selección.

9. Programas de evaluación del desempeño del puesto de trabajo.
10. Los recursos humanos como capital humano.
11. La Gestión del Talento

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COMUNICACIÓN EFECTIVA Y HABILIDADES SOCIALES NECESARIAS EN EL ÁREA DEL TURISMO

1. Importancia de la comunicación en la empresa. Ventajas e inconvenientes.
2. Función estratégica de la comunicación.
3. Tipos de comunicación existentes.
4. La comunicación óptima en la atención al cliente.
5. Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales.
6. Resolución de problemas de comunicación.
7. Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática.
8. Definición de habilidad personal y social.
9. Habilidades sociales de especial interés en el ámbito laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO

1. Marketing cibernético y publicidad
 - 1.- E-Comunicación
 - 2.- E-mail marketing
2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A).
3. Utilidades de los sistemas online:
4. Modelos de distribución turística a través de Internet.
5. Servidores online.
6. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line.
7. El internauta como turista potencial y real.
8. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CALIDAD EN LAS EMPRESAS Y/O ENTIDADES DE 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.

PARTE 6. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE EMPRESAS EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA EMPRESA

1. La organización.
2. Concepto de organización.
3. Conceptos de administración.
4. Conceptos de empresa.
 - 1.- Áreas funcionales.
 - 2.- Clases de empresas.

5. Tipos de empresas por su tamaño.
6. Empresas turísticas.
 - 1.- Características de las empresas turísticas.
7. Empresas hoteleras. Clases.
 - 1.- Restaurantes.
 - 2.- Cafeterías.
 - 3.- Otras denominaciones de empresas de restauración.
 - 4.- Empresas de alojamiento.
 - 5.- Modalidades de alojamiento.
 - 6.- Clasificación jurídica de los establecimientos hoteleros.
 - 7.- Otros sistemas de clasificación de las empresas de alojamiento.
 - 8.- Características de las empresas hoteleras.
 - 9.- Estructuras del sector hotelero español.
 - 10.- Agencias de viajes.
 - 11.- Tipos de agencias de viajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN.

1. Concepto de planificación.
2. La terminología de la planificación.
 - 1.- Fines.
 - 2.- Objetivos.
 - 3.- Estrategias
 - 4.- Políticas.
 - 5.- Procedimientos.
 - 6.- Métodos.
 - 7.- Normas.
 - 8.- Programas.
 - 9.- Presupuestos.
3. Procesos de planificación.
 - 1.- Características de la planificación.
 - 2.- Principales pasos de toda planificación.
 - 3.- Planificación estratégica.
4. Análisis estratégico. Herramientas para el análisis y la toma de decisiones empresariales.
 - 1.- Matriz TOWS (Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths).
 - 2.- Perfil estratégico de la empresa.
 - 3.- Análisis de vulnerabilidad.
 - 4.- Matriz de vulnerabilidad.
 - 5.- Matriz de crecimiento-cuota de mercado.
 - 6.- Clasificación estratégica de los productos.
 - 7.- Matriz de crecimiento.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

1. Concepto de organización empresarial.

- 1.- Ejemplo del nacimiento y evolución de una organización.
- 2.Principios de la organización.
 - 1.- Organización informal.
 - 2.- Organización formal.
- 3.Criterios y concepto de estructura.
- 4.La departamentalización.
 - 1.- Tipos de departamentalización.
- 5.Las estructuras organizativas clásicas.
 - 1.- Estructura organizativas jerárquica.
 - 2.- Estructura organizativa funcional.
 - 3.- Estructura organizativa mixta.
- 6.Estructura organizativa moderna.
 - 1.- Estructura por proyectos.
 - 2.- Estructura matricial.
 - 3.- Estructura por redes.
- 7.Conclusión a las estructuras organizativas.
- 8.El organigrama. Concepto.
 - 1.- Propósitos del organigrama.
 - 2.- Características del organigrama.
 - 3.- Clasificación de los organigramas.
- 9.Manual de organización.
 - 1.- Ejemplo de descripción de puestos de trabajo.
- 10.Organización de las empresas de hostelería y turismo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE TRABAJO.

- 1.Concepto y evolución de la planificación de trabajo.
- 2.Diagrama de Gantt.
- 3.Esquema sobre implantación de un método de mejora de trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DIRECCIÓN.

- 1.Sistemas de dirección.
 - 1.- Teoría de White y Lippitt.
 - 2.- Teoría de McGregor.
 - 3.- Teoría de Renis Lickert.
 - 4.- Teoría de Robert Blake y Jane Mouton.
 - 5.- Teoría de Robert Tannenbaum y Warren H. Schmidt.
- 2.Cultura empresarial.
 - 1.- Modalidades de cultura de empresa.
- 3.Las funciones de la dirección.
- 4.Características del mando.
- 5.Generalistas versus técnicos.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRESUPUESTO Y CONTROL PRESUPUESTARIO.

- 1.Concepto de presupuesto.

- 2.Funciones de los presupuestos.
- 3.Tipos de presupuestos.
- 4.Presupuestos de ingresos y gastos.
- 5.Presupuesto de ingresos.
 - 1.- La cantidad.
 - 2.- El precio.
- 6.Presupuesto de gastos.
 - 1.- Concepto de coste.
 - 2.- Clasificación de los costes.
- 7.Ejemplos de presupuestos de ingresos y gastos.
- 8.Estructura de ingresos y gastos.
- 9.El Uniform System of Accounts (USA).
- 10.GOI.
- 11.GOP.
- 12.NOP.
- 13.Presupuesto de gastos de capital.
- 14.Presupuestos de tesorería.
- 15.Presupuesto de mano de obra, mantenimiento, tiempo y material.
- 16.Control presupuestario.
 - 1.- Origen de las desviaciones.
 - 2.- Cálculo de desviaciones.
- 17.Control de consumos en cocina.
- 18.Control de coste de menús.
- 19.Control de consumo de bebidas.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PATRIMONIO. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO.

- 1.Conceptos de patrimonio.
- 2.Elementos patrimoniales y masas patrimoniales.
- 3.Clasificación del patrimonio.
- 4.Análisis financiero.
 - 1.- Periodo medio de maduración.
 - 2.- Fondo de rotación existente o de maniobra.
 - 3.- El equilibrio financiero.
 - 4.- Coeficiente básico de financiación.
 - 5.- Ratios financieros.
 - 6.- Ratios de endeudamiento.
- 5.Análisis económico.
- 6.Clasificación funcional de resultados.
- 7.Umbral de rentabilidad.
- 8.Análisis de variación de resultados.
- 9.Ratios de rentabilidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INVERSIÓN.

1. Concepto de inversión.
2. Procesos de inversión.
3. Tipos de inversión.
4. Métodos de selección de inversiones.
 - 1.- Métodos estáticos de selección.
 - 2.- Métodos dinámicos de selección.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FINANCIACIÓN.

1. Concepto de financiación.
2. Fuentes de financiación de la empresa.
 - 1.- Fuentes de financiación propias.
 - 2.- fuentes de financiación ajenas.
3. Costes de las fuentes financieras.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD.

1. La OMT y la seguridad en turismo.
2. Normativa en materia de seguridad.
3. Marco legal sobre la prevención de incendios.
 - 1.- Medidas de prevención.
 - 2.- Medios de protección.
 - 3.- Medios de detección y alarma.
 - 4.- Medios de extinción.
 - 5.- Evacuación.
 - 6.- Plan de emergencia.
4. Prevención contra robos y hurtos.
5. Protección a personalidades.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CALIDAD.

1. La calidad en el sector turístico.
2. Concepto de calidad.
3. Evolución del concepto de calidad en la empresa.
4. Los diez principios de la calidad en las empresas.
5. Gestión y control de la calidad.
6. Costes de la calidad.

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Organización y control de empresas en hostelería y turismo (2.ª edición) Dorado Juárez, José Antonio. Publicado por Editorial Síntesis

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria

PROGRAMA DE BECAS PARA MASTER

Euroinnova cuenta con un programa de **becas de master** para ayudarte a decidir tu futuro, puedes entrar y solicitarla, Euroinnova cuenta con más de 2000 **master online** que puedes consultar y solicitar tu beca.

Haz clic para conocer nuestro catálogo de **cursos online**

Terminos relacionados:

acuático, Agencias, Alojamiento, Analisis, atención, barco, Calidad, Capacidad, carretera, Centrales, Cliente, combinado, Comercial, Comercializar, Comunicación, Contabilidad, Control, Crear, curso, Desarrollo, Dirección, Económico, Emprendedor, Empresa, Empresas, Estratégica, Estructura, evaluacion, ferroviario, fiscal, formacion, Gestión, habilidades, hostelería, Hotel, humanos, Inglés, Logística, Marketing, mercado, Nuevas, Organización, Personal, Plan, Planificacion, Presupuesto, Producto, profesional, promocion, recursos, Red, Reservas, Restauración, selección, Servicio, sociales, Tecnologías, teoria, TIC, transporte, tren, Turismo, Turística, turístico, viajes

Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

FICHA DE MATRICULACIÓN

Para efectuar su matrícula sólo tiene que hacernos llegar esta ficha con sus datos personales vía email a formacion@euroinnova.com.

POSTGRADO EN QUE DESEA MATRICULARSE: :

.....

Nombre:

Apellidos:.....

DNI/ID/Pasaporte:.....

Domicilio envío:

..... CP:.....

Localidad:.....

Provincia:..... País:.....

Teléfono:..... E-mail:.....

Horario de entrega (Mañana o tarde).....

Forma de pago

Observaciones:.....

Una vez recibidos los datos personales, uno de nuestros asesores pedagógicos contactará con usted para concretar la matrícula y confirmarle cuando va a recibir todos los materiales en su domicilio.



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

DESDE ESPAÑA LLAMA GRATIS A:
900 831 200

DESDE FUERA DE ESPAÑA:
+ 34 958 05 02 00

EUROINNOVA FORMACIÓN
POLÍGONO INDUSTRIAL LA ERMITA.
EDIF. CENTRO DE EMPRESAS GRANADA. OFICINA 1º D • 18230 ATARFE - GRANADA
Teléfono: 958 050 200

Información gratis Master en Administración Turística + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200