



Curso

Executive Master en Innovación en la Gestión Turística



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Executive Master en Innovación en la Gestión Turística

1. Sobre INESEM

2. Executive Master en Innovación en la Gestión Turística

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Por qué elegir INESEM?

6. Orientación

7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Executive Master en Innovación en la Gestión Turística



DURACIÓN	1500
PRECIO	1895 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Curso

- Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. "Enseñanza No Oficial y No Conducente a la Obtención de un Título con Carácter Oficial o Certificado de Profesionalidad."

Resumen

Gracias a este en Master en Innovación en la Gestión Turística podrás conocer de primera mano los entresijos de la Gestión Turística en un mundo tan complicado como el del Turismo y la Hostelería. Cuando se haya finalizado, el alumno tendrá conocimientos para desenvolverse en el ámbito del Turismo, la Innovación y la Gestión, además de conocer más herramientas de la que conocía antes de realizarlo. Sin olvidar, que, gracias al estudio de casos de éxito, y también de errores muy habituales, el alumno conocerá qué debe y qué no debe hacer. Por último, el alumno tendrá la posibilidad de estudiar el negocio que lleva, o para el que trabaja, de manera que pueda aplicar cambios o, al menos proponerlos, en vistas a ofrecer mejorar, y llegar y fidelizar más clientes que es lo que realmente es importante.

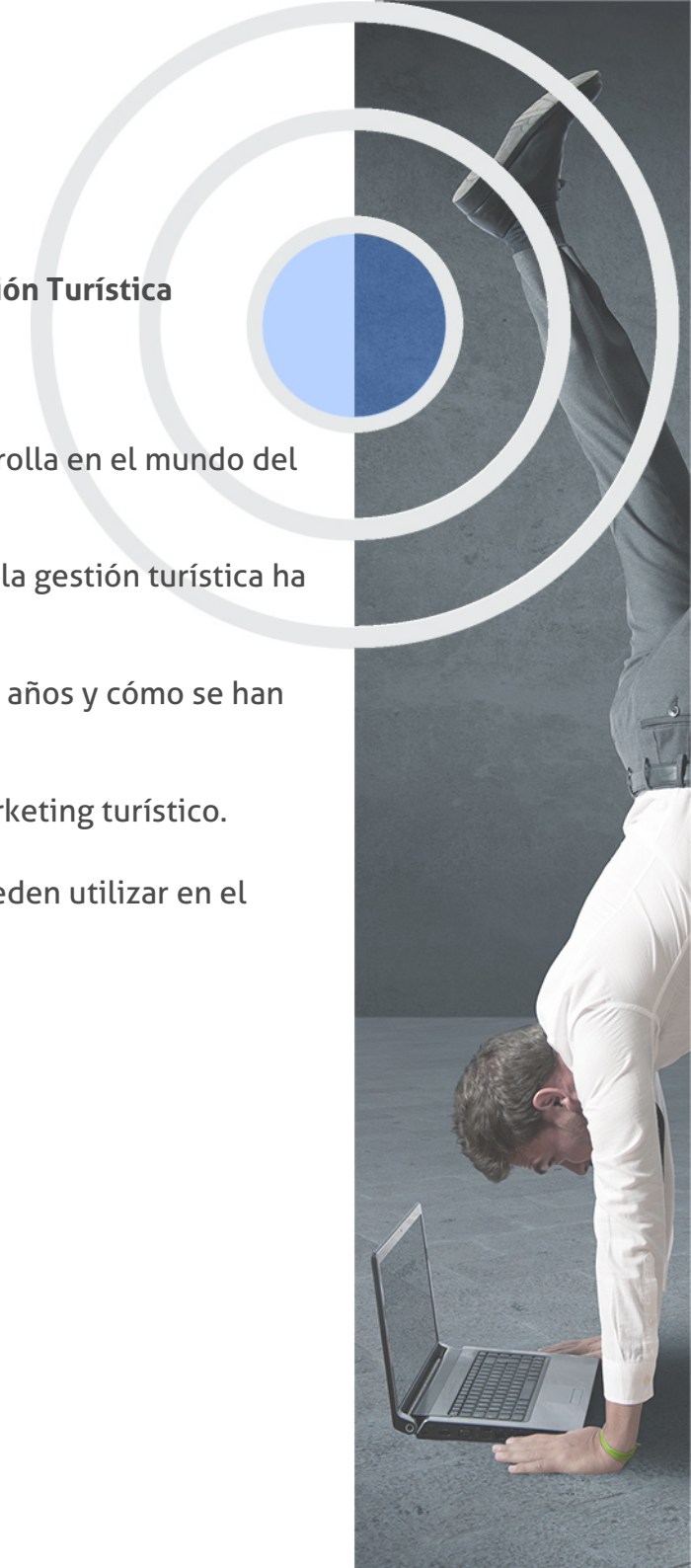
A quién va dirigido

El Master Executive Master en Innovación en la Gestión Turística se dirige a profesionales del sector del turismo que deseen aplicar nuevas estrategias de innovación en sus negocios y a los profesionales del mundo del turismo y la gestión empresarial que desean conocer más acerca de este sector tan específico.

Objetivos

Con el Curso **Executive Master en Innovación en la Gestión Turística** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Conocer qué es la gestión turística y cómo se desarrolla en el mundo del turismo.
- Aprender a través de errores y casos de éxito, cómo la gestión turística ha influido en los negocios.
- Conocer las innovaciones en turismo de los últimos años y cómo se han promocionado.
- Conocer los pasos para llevar a cabo un plan de marketing turístico.
- Comprender las acciones online y offline que se pueden utilizar en el mundo del turismo.





¿Y, después?

Para qué te prepara

Con el Master Executive Master en Innovación en la Gestión Turística podrás aprender todos los conceptos a tener cuenta a la hora de planear en una estrategia turística para tu negocio, dónde te explicaremos cómo diseñarlo y cómo llevarlo a cabo paso por paso, para que nada pueda fallar, aprendiendo de errores comunes de otros negocios y estudiando casos de éxito que nos puedan servir como referencia. Todo ello desarrollando una visión de la gestión turística enfocada al sector del turismo, que servirá para alcanzar el éxito a todos los niveles.

Salidas Laborales

Las principales salidas profesionales de este Master Executive Master en Innovación en la Gestión Turística son las de responsable de gestión turística, social media manager, técnico de gestión y comunicación, asesor o consultor. En general, todas las posiciones profesionales que tengan relación con la gestión y el mundo del turismo. Además de la funcionalidad de aplicarlo a tu propio negocio.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Executive Master en Innovación en la Gestión Turística

Módulo 1. **Planificación de destinos turísticos**

Módulo 2. **Estudio de la oferta turística**

Módulo 3. **Proceso integral de la demanda turística**

Módulo 4. **Diseño de productos turísticos**

Módulo 5. **Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos**

Módulo 6. **Marketing turístico**

Módulo 7. **Destinos y productos turísticos sostenibles**

Módulo 8. **Ecoturismo**

Módulo 9. **Innovación turística**

Módulo 10. **Gestión pública y ordenación del turismo**

Módulo 11. **Proyecto fin de master**

Módulo 1. Planificación de destinos turísticos

Unidad didáctica 1. El turismo y la estructura del mercado turístico

1. 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 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. Diferenciación de conceptos generales y clasificación
2. Aspectos legales. Niveles de protección. El patrimonio de la humanidad. El papel de la UNESCO. Los bienes de interés cultural o BIC
3. Restauración y conservación. Enfoques y técnicas
4. Museología: diferenciación, clasificación y aspectos técnicos. Geografía descriptiva de los museos. Ámbito regional y local

Unidad didáctica 5. Gestión de la calidad en el ámbito del turismo

1. Organización de la calidad
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo
3. Procesos de producción y servicio
4. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
5. Gestión de los datos
6. Evaluación de resultados
7. Propuestas de mejora

Unidad didáctica 6.

Marketing turístico y promoción de ventas

1. Concepto de Marketing
2. El "Marketing" de servicios. Especificidades
3. Segmentación del mercado
4. El "mercado objetivo"
5. El Marketing Mix
6. Elementos. Estrategias
7. Políticas y directrices de marketing
8. El Plan de Marketing
9. Marketing directo. Técnicas. Argumentarios
10. Planes de promoción de ventas
11. La promoción de ventas
12. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales
13. Normativa legal sobre bases de datos personales
14. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
15. Decisores y prescriptores
16. El merchandising

Unidad didáctica 7.

Tendencias del mercado, consumo responsable y responsabilidad social empresarial

1. Evolución del concepto de turismo
2. La oferta turística
3. Situación actual y tendencias del mercado
4. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española
5. Consumo y responsabilidad social empresarial

Unidad didáctica 8.

Proyectos de desarrollo turístico local

1. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales
2. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local
3. Un pequeño resumen de cómo realizar correctamente un proyecto de desarrollo turístico local

Unidad didáctica 9.

Productos turísticos sostenibles

1. Concepto y características de un producto turístico sostenible
2. Análisis de técnicas para la identificación y catalogación de recursos turísticos
3. Gestión de las áreas naturales, herramientas, conceptos básicos y definiciones
4. Promoción del turismo a las áreas protegidas

Unidad didáctica 10.

Turismo alternativo

1. Descripción de turismo alternativo
2. Concepto y definición
3. Características del turismo alternativo
4. Clasificación

Unidad didáctica 11.

Generación de cadenas de valor para el turismo sostenible y buenas prácticas

1. Definición y generación de cadenas de valor
2. Pautas para generar cadenas de valor en el turismo sostenible
3. Establecimiento de buenas prácticas
4. Buenas prácticas en la instauración y funcionamiento de las instalaciones

Unidad didáctica 12.

Estudio técnico de destinos turísticos

1. Definición y concepto de estudio técnico
2. Objetivos generales y específicos
3. Partes que forman un estudio técnico

Unidad didáctica 13.

Creación y gestión de productos y empresas ecoturísticas

1. Definición, conceptos y productos de turismo
2. Situación, visión y gestión del ecoturismo
3. Creación y gestión de productos y empresas ecoturísticas
4. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad
5. Certificados de sostenibilidad y compromiso

Unidad didáctica 14.

Espacios naturales protegidos

1. El Medioambiente y sus procesos
2. Empresa y Medioambiente
3. Espacios Naturales Protegidos
4. Tipología de los visitantes y usuarios a los espacios naturales protegidos

Unidad didáctica 15.

Políticas de turismo sostenible

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

Módulo 2.

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 3.

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 4.

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

Unidad didáctica 1.

La distribución turística

1. Concepto de distribución de servicios
2. Las agencias de viajes
3. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes
4. Las centrales de reservas
5. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional
6. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado
7. Los sistemas globales de distribución o GDS

Unidad didáctica 2.

La venta de alojamiento

1. Introducción
2. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes
3. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento
4. Reservas directas e indirectas
5. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación
6. Bonos de alojamiento
7. Principales proveedores de alojamiento

Unidad didáctica 3.

La venta de transporte

1. El transporte aéreo
2. El transporte aéreo charter
3. El transporte por carretera
4. El transporte marítimo

Unidad didáctica 4.

La venta de viajes combinados

1. El producto turístico integrado
2. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas
3. Procedimientos de reservas
4. Principales tour-operadores nacionales e internacionales

Unidad didáctica 5.

Otras ventas y servicios de las agencias de viajes

1. La venta de autos de alquiler
2. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje
3. La venta de excursiones
4. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales
5. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes
6. Aplicación de cargos por gestión

Unidad didáctica 6.

Internet como canal de distribución turística

1. Las agencias de viajes virtuales
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

Unidad didáctica 7.

Páginas web de distribución turística y portales turísticos

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

Módulo 6.

Marketing turístico

Unidad didáctica 1.

Análisis de la demanda turística

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
3. Pautas para investigar la demanda viajera
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
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
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones

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
3. El director de marketing como estrategia
4. Objetivos de la gerencia

Unidad didáctica 7.

El plan de marketing

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
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
3. Distribución del producto
4. Imagen y publicidad
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
5. La comunicación de destinos turísticos

Módulo 7.

Destinos y productos turísticos sostenibles

Unidad didáctica 1.

Turismo sostenible

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

Unidad didáctica 2.

Desarrollo de turismo sostenible

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

Unidad didáctica 3.

Impacto ambiental del turismo

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

Unidad didáctica 4.

Los hoteles en el turismo sostenible

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

Unidad didáctica 6.

Incidencia ambiental de la actividad de hotelería

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

Unidad didáctica 6.

Gestión sostenible en los hoteles

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

Unidad didáctica 7.

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 8.

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 9.

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

Unidad didáctica 10.

Ecología, biodiversidad e impacto ambiental de las actividades turísticas

1. Ecología
2. Biodiversidad
3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico

Unidad didáctica 11.

Tipología del turismo, modalidades de ocio relacionadas con la sostenibilidad

1. La demanda turística
2. Tipos de demanda turística
3. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada
4. Turismo y ocio sostenible

Unidad didáctica 12.

Diseño del producto turístico sostenible

1. Caracterización de los tipos de productos y servicios turísticos sostenibles
2. Definición de productos turísticos sostenibles
3. Diseño y desarrollo de servicios
4. Fases integradoras del proceso de diseño
5. Ecodiseño de productos sostenibles
6. Diseño de producto o servicio sostenible

Módulo 8. Ecoturismo

Unidad didáctica 1.

Introducción e historia del ecoturismo

1. Pequeña evolución del turismo nacional
2. Ecoturismo evolución breve en el tiempo pero creciente en magnitud

Unidad didáctica 2.

Concepto de ecoturismo

1. Impactos producidos por el turismo
2. Ecoturismo en el sector turístico
3. Papel del ecoturismo en el turismo sostenible
4. Principios del ecoturismo

Unidad didáctica 3.

Lugares donde se desarrolla

1. Dónde se puede hacer ecoturismo
2. Viaje de ecogastronomía o enoturismo
3. Algunos lugares del mundo que resaltar...
4. Ecoturismo en España

Unidad didáctica 4.

Actividades del ecoturismo

1. ¿Es tan primoroso el ecoturismo o por el contrario se mixtifica?
2. Actividades en el ecoturismo
3. Actores del ecoturismo

Unidad didáctica 5.

Plan para el manejo del ecoturismo

1. Planificación y manejo del ecoturismo
2. Plan para el Manejo del Ecoturismo
3. Diagnóstico completo del lugar
4. Análisis de datos y preparación del PME

Unidad didáctica 6.

Desarrollo rural

1. Medio Rural
2. Desarrollo Rural
3. Agente de Desarrollo Rurales

Unidad didáctica 7.

Normativa de la ue de ayuda al desarrollo

1. Normativa de ayuda al desarrollo rural
2. Programación
3. Ayuda al desarrollo rural

Unidad didáctica 8.

Turismo rural

1. Evolución del turismo rural
2. Concepto de turismo rural
3. Modelos de turismo en el medio rural
4. Turismo rural como producto
5. El entorno
6. Estrategias de marketing para el turismo rural

Unidad didáctica 9.

Sensibilización medioambiental

1. Crisis ambiental
2. Algunas consecuencias del cambio climático
3. Conceptos y términos básicos
4. Turismo, medio ambiente y legislación Nacional
5. La sociedad y el medio ambiente

Unidad didáctica 10.

Educación e información ambiental

1. ¿Por qué es importante la participación pública?
2. Educación ambiental
3. Programas de educación ambiental

Unidad didáctica 11.

Acercamiento al concepto de agroturismo

1. Agroturismo
2. Oferta, demanda, cliente...
3. PARTICIPACIÓN DEL AGROTURISMO EN LA EDUCACIÓN AMBIENTAL

Unidad didáctica 12.

Agroturismo y sus principales actividades

1. Aspectos subjetivos del agroturismo
2. Principales actividades del agroturismo

Unidad didáctica 13.

Programa de la triple r para la gestión de residuos

1. Obsolescencia y la triple R
2. Reducción
3. Reutilización
4. Reciclaje
5. La recogida selectiva
6. Las plantas de recuperación de residuos sólidos urbanos

Unidad didáctica 14.

Análisis y evaluación de riesgos

1. Riesgos Naturales
2. Accidente e incidente dos conceptos diferentes

Módulo 9. Innovación turística

Unidad didáctica 1.
La innovación y la cadena de valor turística

Unidad didáctica 2.
Modelos de innovación

Unidad didáctica 3.
Herramientas para innovar

Unidad didáctica 4.
Procesos de implantación de la innovación

Unidad didáctica 5.
Transformación digital y analítica en turismo

Unidad didáctica 6.
Contexto de la transformación digital y turismo

Unidad didáctica 7.
Marco tecnológico de la transformación digital y analítica

Unidad didáctica 8.
Destinos turísticos inteligentes (dti)

Unidad didáctica 9.
Concepto de dti y características

Unidad didáctica 10.
Ejes principales: innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad

Unidad didáctica 11.
Metodologías de diagnóstico

Módulo 10. Gestión pública y ordenación del turismo

Unidad didáctica 1.

Herramientas de gestión turística de las
destinaciones

Unidad didáctica 2.

Liberalización de servicios y nuevas tendencias
en turismo

Unidad didáctica 3.

Marketing estratégico y operativo

Módulo 11. Proyecto fin de master

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Comunidad

Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.



Revista Digital

Secretaría

Campus Virtual

Webinars

Comunidad

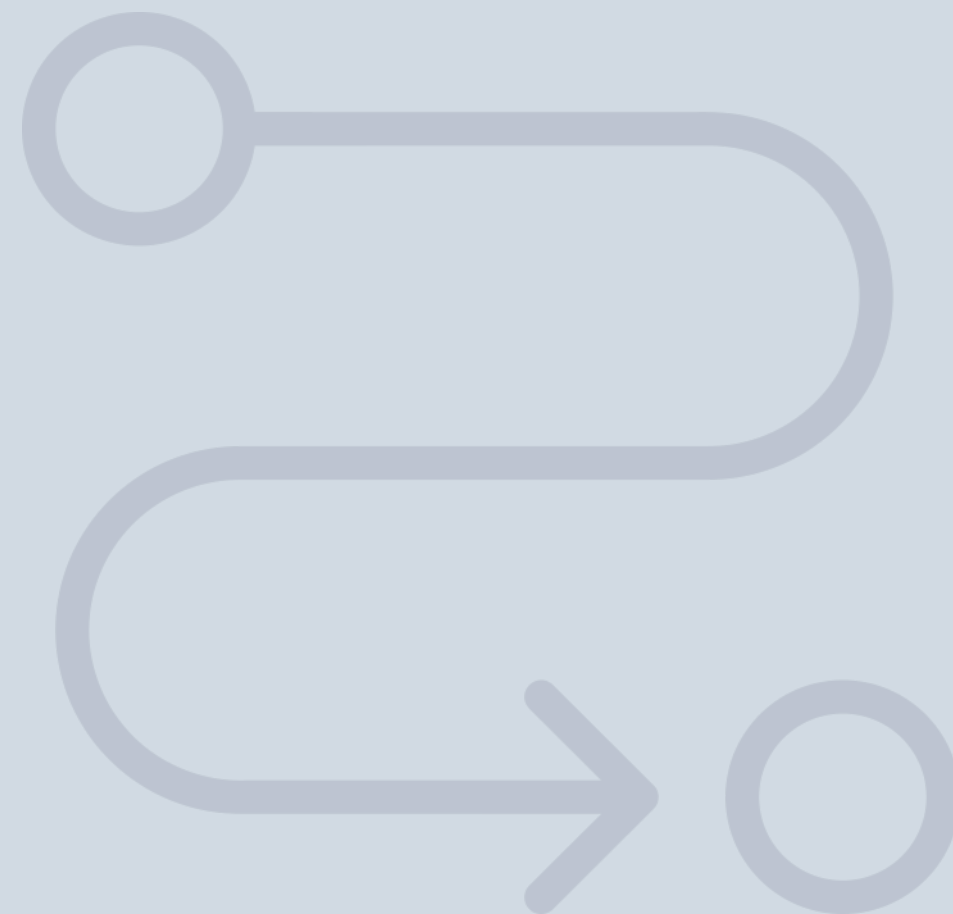
5

5 pilares del método



SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

Beca desempleo

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

Beca emprende

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

Beca alumnos

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Curso

Executive Master en Innovación en la Gestión Turística

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.