GUÍA DE CONTENIDOS

MASTER SUPERIOR EN DESARROLLO E INFORMACIÓN TURÍSTICA

DURACIÓN: 900 horas

"formación a tu alcance"

MÓDULOS:

1. INTRODUCCIÓN TURÍSTICA Y ORDENACIÓN TERRITORIAL

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

3. COMERCIALIZACIÓN DE TERRITORIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

4. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN CULTURAL: MARKETING Y COMUNICACIÓN

5. TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

6. GESTIÓN DE LA CALIDAD. CONCEPTOS BÁSICOS

7. ATENCIÓN AL CIUDADANO CON NECESIDADES ESPECIALES

8. LA GESTIÓN CULTURAL

9. GESTIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

10. RECURSOS PARA LA GESTIÓN: FINANCIACION. RELACIONES PUBLICAS

11. TURISMO CULTURAL Y ECOTURISMO

12. GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS RURALES

13. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

14. DINAMIZACIÓN DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES CIUDADANOS

15. INVENTARIO Y CATÁLOGO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

16. LEGISLACIÓN APLICADA AL DESARROLLO TURÍSTICO

17. HERRAMIENTAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

18. DISEÑO DE UN PLAN DE DESTINO TURÍSTICO

19. DESARROLLO DEL TURISMO ALTERNATIVO

20. GESTIÓN SOSTENIBLE DEL DESARROLLO TURÍSTICO

21. TURISMO ACCESIBLE: CONCEPTOS BÁSICOS

22. GESTIÓN DEL PATRIMONIO

23. TRABAJO FIN DE MASTER

CONTENIDOS:

TÍTULO: TÉCNICO EN INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. INTRODUCCIÓN TURÍSTICA Y ORDENACIÓN TERRITORIAL

- Antecedentes del turismo
- Definiciones y tipologías del turismo
- Transformación de municipios y zonas regionales

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

- Estuctura del mercado turístico
- Mercados turísticos
- La investigación de mercado y el marketing

3. COMERCIALIZACIÓN DE TERRITORIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

- El marketing, el marketing mix y el mercado turístico
- El producto y el territorio turístico
- El precio

4. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN CULTURAL: MARKETING Y COMUNICACIÓN

- Marketing cultural como estrategia empresarial
- Marketing cultural como comunicación de acciones culturales
- Gestión estratégica de la identidad corporativa
- El impacto de las nuevas tecnologías en la comunicación corporativa

5. TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

- Comunicación e información. Conceptos
- La comunicación en las organizaciones

6. GESTIÓN DE LA CALIDAD. CONCEPTOS BÁSICOS

- Antecedentes de los sistemas de calidad
- Gestión de la información y de la comunicación en la empresa
- La gestión de la calidad según la EFQM
- La gestión de la calidad según la calidad total
- La calidad en en empresas industriales
- La calidad en empresas de servicios
- Costes de calidad

7. ATENCIÓN AL CIUDADANO CON NECESIDADES ESPECIALES

- Consideraciones generales. Consideraciones específicas. Atención a un cliente discapacitado en: hotel por unidades departamentales, restaurantes, museos, teatros, etc. y oficinas de información turística.

TÍTULO: EXPERTO EN GESTIÓN CULTURAL.

8. LA GESTIÓN CULTURAL

- Especialidades
de la gestión cultural

- Animación cultural y gestión cultural
- Industrias culturales
- El gestor cultural
- Políticas y agentes culturales
- Tipología de políticas culturales
- Política cultural española
- Modelos de gestión cultural
- Sector privado en la gestión cultural
- Normativa general
- Normativa cultural por sectores

9. GESTIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

- Niveles de planificación
- Ventajas e inconvenientes de la planificación cultural
- Requisitos de los proyectos culturales
- Métodos para la planificación de proyectos
- Bases contextuales
- Definición del proyecto
- Producto del proyecto
- Evaluación

10. RECURSOS PARA LA GESTIÓN: FINANCIACION. RELACIONES PÚBLICAS

- Financiación del sector cultural
- Financiación pública
- Las fundaciones
- El fundraising
- Nuevas estrategias: crowdfunding
- Herramientas de gestión económica-financiera
- Comunicación interna
- El proceso de gestión de conflictos personales
- Herramientas de gestión ante una crisis de imagen

11. TURISMO CULTURAL Y ECOTURISMO

- Introducción: Conceptos, Origen y Evolución
- Ecoturismo: Turismo Verde o Turismo de Naturaleza
- Claves Turísticas en los espacios protegidos
- Protección del Patrimonio Natural en el ámbito rural. Los espacios protegidos
- Turismo Rural: Agroturismo y turismo residencial rural
- Comercialización de un producto turístico: central de reservas

12. GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS RURALES

- Tipos y alojamientos en el medio rural; Requisitos y características de los alojamientos; Gestión de alojamientos rurales.

13. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- Clasificación de eventos
- Organización de eventos y propiedad intelectual
- Accesibilidad en los eventos culturales
- Sostenibilidad de los eventos
- Organización de eventos

- Herramientas esenciales para un productor de eventos culturales
- Prevención de Riesgos Laborales en el entorno de los eventos culturales

14. DINAMIZACIÓN DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES CIUDADANOS

- Animación sociocultural como metodología de dinamización cultural
- Funciones y ámbitos de la ASC
- Metodología de la ASC
- Herramientas para la inserción territorial
- Herramientas para fortalecer la participación cultural local
- Herramientas para el desarrollo artístico-cultural
- Técnicas de creatividad
- Caso práctico

TÍTULO: MÁSTER EN DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

15. INVENTARIO Y CATÁLOGO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

- La definición de recurso
- Recurso turístico
- Patrimonio y producto turístico

16. LEGISLACIÓN APLICADA AL DESARROLLO TURÍSTICO

- Marco jurídico internacional y derecho comunitario.
- Leyes generales del turismo

17. HERRAMIENTAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

- Gestión del tiempo
- La comunicación
- Motivación
- Negociación y resolución de conflictos
- Trabajo en equipo
- Liderazgo
- Estrés laboral

18. DISEÑO DE UN PLAN DE DESTINO TURÍSTICO

19. DESARROLLO DEL TURISMO ALTERNATIVO

20. GESTIÓN SOSTENIBLE DEL DESARROLLO TURÍSTICO

- Introducción al turismo sostenible
- Viabilidad económica
- Gestión sostenible de los elementos socioculturales

21. TURISMO ACCESIBLE: CONCEPTOS BÁSICOS

- La accesibilidad y el turismo
- Concepto de turismo accesible
- objetivos del turismo
accesible

22. GESTIÓN DEL PATRIMONIO

- Patrimonio: Introducción
- Patrimonio Cultural
- Patrimonio Natural
- Modelo de gestión del patrimonio cultural: La interpretación

- Tipología de proyectos patrimoniales desde la perspectiva turística

23. TRABAJO FIN DE MASTER