



ESCUELA DE  
**TURISMO & GASTRONOMÍA**  
DE LOS PIRINEOS

# MÁSTER EXPERTO EN PROMOCIÓN TURÍSTICA LOCAL E INFORMACIÓN AL VISITANTE

TUR010

[www.escuelaturismopirineos.com](http://www.escuelaturismopirineos.com)



Certificación universitaria internacional

Escuela asociada a:





## DESTINATARIOS

El **Máster Experto en Promoción Turística Local e Información al Visitante** está dirigido a todas aquellas personas que quieran ampliar su formación o enfocar su carrera hacia el sector del turismo y, especialmente, en el ámbito regional o local. Con este Máster, el alumno estudiará el funcionamiento de un servicio de información turística, por lo que conocerá, entre otros temas, la normativa y la legislación española y europea en materia de turismo. A lo largo de la formación, el estudiante también aprenderá conocimientos sobre control estadístico de turistas, seguros de viajes, control presupuestario y gestión de sugerencias, reclamaciones y quejas. En la actualidad, el sector turístico está muy presente en Internet, incluida la rama de productos turísticos regionales y locales. Por este motivo, el temario profundizará en temas como el comercio electrónico en el ámbito turístico, el marketing o las técnicas de promoción, tanto tradicionales como online.



## MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

El alumno puede solicitar **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



## DURACIÓN

La duración del curso es de 1500 horas.



## IMPORTE

Importe Original: ~~1780€~~

**Importe Actual: 890€**



## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “MÁSTER EXPERTO EN PROMOCIÓN TURÍSTICA LOCAL E INFORMACIÓN AL VISITANTE”, de la ESCUELA DE TURISMO&GASTRONOMÍA DE LOS PIRINEOS avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

El alumno tiene la opción de solicitar junto a su diploma un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, podrá solicitar una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



## CONTENIDO FORMATIVO

### MÓDULO 1. INFORMACIÓN TURÍSTICA

#### UNIDAD FORMATIVA 1. ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Objetivos generales del servicio de información turística.
2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino.
3. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea.
4. Tipos de Servicios o Centros de Información Turística.
5. Comunicaciones internas de un Centro de Información Turística.
6. Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística.
7. Promoción de los servicios propios de un Centro de Información Turística.
8. Técnicas de difusión y marketing electrónico.
9. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico.
10. Redes de centros y servicios de información turística.

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECURSOS MATERIALES EN SERVICIOS Y CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Tipos de instalaciones:
2. Organización del espacio (en función del tipo de instalación): Zonas de prestación del servicio, de Consulta, de Auto información, de Trabajo Interno, de Exposición, de Almacén).
3. Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología y las nuevas técnicas de comunicación.
4. Equipamiento de las instalaciones.
5. Informatización de centros y servicios de información turística.
6. Centrales y sistemas automatizados de reservas.
7. Ubicación y accesos a los locales.
8. Señalización interna y externa.
9. Uniforme y equipamiento de los trabajadores.
10. Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECURSOS HUMANOS EN CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Perfiles y funciones del personal de un Servicio de Información Turística.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA

1. Tipos de documentos necesarios en un Centro o Servicio de Información Turística.
2. Gestión de sugerencias, reclamaciones y quejas.
3. Control estadístico.
4. Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria.

#### UNIDAD FORMATIVA 2. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN TURÍSTICA

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Tipos de información a obtener y procesar.
2. Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística.
3. Técnicas de registro, archivo y actualización de información turística.
4. Sistemas y medios para la localización y obtención de la información turística.
5. Metodologías para el análisis, contraste y archivo de la información.
6. Soportes de la información: papel, electrónico.
7. Sistemas de archivo: bancos y bases de datos.
8. Metodología para la actualización permanente: procedimientos y costes.
9. El centro de información turística como fuente de información del destino.
10. Intercambio de información entre centros y redes de información: retroalimentación.
11. Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino.
12. Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística.

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DEL ENTORNO LOCAL

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 FORMATIVA 3. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA**

1. Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
2. Técnicas de protocolo e imagen personal.
3. El informador como asesor de tiempo libre.
4. Tipologías de clientes:
5. Medios de respuesta:
6. Legislación en materia de protección al usuario.

#### **MÓDULO 2. PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES**

### **UNIDAD FORMATIVA 1. UF0083 DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SECTOR TURÍSTICO**

1. Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros.
2. La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.
3. Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos.
4. La estructura de comercialización en el sector:
5. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. 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 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 FORMATIVA 2. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO**

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.
2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo
3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial:
4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.
5. 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.
6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.
7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES**

1. Estrategias y canales de distribución.
2. Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.
3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.
4. Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVICIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO**

1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.

2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL**

1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.
2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.
3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.

## **MÓDULO 3. GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS**

### **UNIDAD FORMATIVA 1. UF0049 PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. 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 3. 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.
5. Propuestas de mejora.

## **UNIDAD FORMATIVA 2. PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PLANIFICACIÓN EN LAS EMPRESAS Y ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS**

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.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIOS EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS**

1. La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.
2. Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas.
3. Definición de ciclo presupuestario.
4. Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turísticas.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRUCTURA FINANCIERA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS**

1. Identificación y caracterización de fuentes de financiación.
2. Relación óptima entre recursos propios y ajenos.
3. Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico.
4. Aplicaciones informáticas.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EVALUACIÓN DE COSTES, PRODUCTIVIDAD Y ANÁLISIS ECONÓMICO PARA AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS**

1. Estructura de la cuenta de resultados en las agencias de viajes y distribuidores turísticos.
2. Tipos y cálculo de costes empresariales específicos.

3. Aplicación de métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos y atenciones a clientes de servicios turísticos.
4. Cálculo y análisis de niveles de productividad y de puntos muertos de explotación o umbrales de rentabilidad, utilizando herramientas informáticas.
5. Identificación de parámetros establecidos para evaluar: Ratios y porcentajes. Márgenes de beneficio y rentabilidad.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ORGANIZACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES, OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS Y ENTIDADES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

1. Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de agencias de viajes y entidades de información turística.
2. Tipología y clasificación de estas entidades.
3. Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales.
4. Patrones básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución y entidades de información turísticas: ventajas e inconvenientes.
5. Estructuras y relaciones departamentales y externas características de estas entidades.
6. Diferenciación de los objetivos de cada departamento o unidad y distribución de funciones.
7. Circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales.
8. Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FUNCIÓN DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS**

1. Definición y objetivos.
2. Relación con la función de organización.
3. Programas de formación para personal dependiente: análisis, comparación y propuestas razonadas.
4. Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA DIRECCIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES 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: justificación y aplicaciones.
5. Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
6. La motivación en el entorno laboral.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS**

1. Tipos y comparación.
2. Programas a medida y oferta estándar del mercado.
3. Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas.

## **MÓDULO 4. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. 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 3. 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.