



ITINERARIO FORMATIVO ESPECÍFICO 2: TURISMO COSTERO Y SOSTENIBLE



DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES Y SOSTENIBLE (100 HORAS)



PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES Y SOSTENIBLES (100 HORAS)



ECONOMÍA CIRCULAR EN SERVICIOS TURÍSTICOS (50 HORAS)



GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO (50 HORAS)



DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES Y SOSTENIBLE (100 HORAS)

1.- EL SECTOR TURÍSTICO.

Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros.

La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.

Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos.

La estructura de comercialización en el sector:

Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

2.- ORDENACIÓN TERRITORIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas.

Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales.

Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos.

La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas.

Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia.

Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

3.- CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES Y SOSTENIBLES.

	Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales.
	Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios.
	Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos.
	Fases del ciclo de vida de un producto turístico local.
	Gestión de iniciativas turísticas.

4.- DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

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



PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES Y SOSTENIBLES (100 HORAS)

1.- MARKETING TURÍSTICO.

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

2.- PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

	Estrategias y canales de distribución.
	Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.
	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 Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas..
	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.

3.- EL SISTEMA DE SERVICIO EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

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

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

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.

Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.

Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.

Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.



1.- QUÉ ES LA ECONOMÍA CIRCULAR Y EL TURISMO CIRCULAR.

Identificación de las características de la economía circular.

Principios y características.

Determinación del concepto y características de turismo circular.

Turismo circular y el reto del cambio climático.

2.- TECNOLOGÍAS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR APLICADAS AL SECTOR TURÍSTICO.

Tecnologías aplicadas a la economía circular.

Tecnologías aplicadas al turismo circular.

3.- ESTRATEGIAS PARA LA APLICACIÓN DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL SECTOR TURÍSTICO.

Estrategia general.

Aplicaciones tecnológicas.

Identificación de las características de los destinos turísticos inteligentes y circulares.



1.- LA CULTURA DE LA CALIDAD.

El concepto de calidad y excelencia en el servicio turístico.

Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves.

Aspectos legales y normativos.

2.- LA GESTIÓN DE LA CALIDAD.

Organización de la calidad.

Gestión por procesos en turismo.

3.- LOS PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS.

Procesos de producción y servicio.

Supervisión y medida del proceso y producto/servicio.

Gestión de los datos.

Evaluación de resultados.