

INENKA

BUSINESS SCHOOL

MÁSTER EN REVENUE MANAGEMENT + MÁSTER EN MÁRKETING TURÍSTICO

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + EQUIVALENCIA A ECTS Y PRÁCTICAS
GARANTIZADAS

INA030

www.escuelainenka.com



Escuela asociada a:



a3en

CECAP



DESTINATARIOS

El **Máster en Revenue Management + Máster en Marketing Turístico** se dirige a todas aquellas personas interesadas en ampliar sus conocimientos sobre las estrategias empresariales en el sector hotelero, así como en las técnicas de marketing aplicadas a este ámbito. A lo largo de su formación, el alumno aprenderá a diseñar y ejecutar acciones comerciales destinadas a mejorar los resultados de un negocio del sector turístico. Para ello, el estudiante deberá conocer el mercado turístico nacional e internacional, así como las tendencias que moldean este sector y los cambios en el comportamiento del consumidor, en este caso, el turista. Una vez detectado el público objetivo del negocio y estudiado el entorno turístico, el alumno aprenderá a elaborar un plan estratégico de marketing para atraer al segmento de mercado estudiado y elegido previamente. Durante la formación, el alumno también aprenderá a gestionar las reservas y a clasificar a los clientes según su personalidad y actitud para poderles ofrecer una atención personalizada, y así, mejorar la reputación del negocio y en consecuencia, su rentabilidad.



MODALIDAD

• **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.

Se incluyen **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 1500h.



IMPORTE

Importe Original: ~~3600€~~

Importe Actual: 1800€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el **“MÁSTER EN REVENUE MANAGEMENT + MÁSTER EN MÁRKETING TURÍSTICO”**, de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas 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.

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, recibirás el Certificado Universitario Internacional DQ, expedido por la Agencia Universitaria DQ vinculada con la UAIII y la Universidad CLEA, que incluye la equivalencia a créditos europeos (ECTS) sobre la carga horaria de tu formación.



CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. RECEPCIONISTA DE HOTEL

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO Y A LA HOSTELERÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. RELACIÓN DEL TURISMO Y LA HOSTELERÍA

1. Evolución del turismo
2. Evolución de la hostelería
3. Turismo en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SERVICIOS DE UN HOTEL

1. Renta de habitaciones
2. Restauración
3. Servicios complementarios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANES DE ALOJAMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LEGISLACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

1. Ordenación sobre establecimientos hoteleros
2. Régimen de precios y reservas
3. Prevención de riesgos laborales
4. Protección del consumidor

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 2. ROL DEL RECEPCIONISTA DE HOTEL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIGRAMA DE UN HOTEL

1. Sistema de organización de un hotel
2. Departamento de Recepción
 - Ubicación
 - Subdepartamentos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PERFIL PROFESIONAL DEL RECEPCIONISTA

1. Características personales
2. Relaciones humanas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNCIONES DEL RECEPCIONISTA

1. Funciones del *front office*
 - Gestión de clientes
 - Administración
 - Control de accesos
2. Funciones del *back office*

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 3. GESTIÓN DE RESERVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRECIOS Y TARIFAS

1. Tipos de reservas
2. Tipos de tarifas
3. *Yield management* y *revenue management*

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE GESTIÓN DE RESERVAS

1. Confirmación de reservas
2. Modificación de reservas
3. Cancelación de reservas
4. Sobreventa
5. Reservas no presentadas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INSTRUMENTOS DE SOPORTE PARA RESERVAS

1. Hoja de reservas
2. *Cardex*
3. Planificación de reservas
4. Hoja de entradas y de salidas
5. Hoja de previsión de servicios
6. *Rooming list*
7. Tarjeta de registro
8. Ficha de policía

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS Y CONVENIOS DE COLABORACIÓN DE RESERVAS

1. Reservas directas
2. Reservas indirectas
 - Agencias de viajes físicas
 - Turoperadores

- Redes de intermediación en línea

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 4. ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CLASIFICACIÓN DE CLIENTES

1. Tipologías de personalidad
2. Tipologías de actitud

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CICLO DEL CLIENTE

1. Registro de entrada
2. Estancia
3. Registro de salida
4. Facturación y caja

UNIDAD DIDÁCTICA 3. QUEJAS Y RECLAMACIONES

1. Protocolo de quejas y reclamaciones
2. Medios para poner quejas
 - Hoja de reclamaciones

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 5. DOMINIO DE LA EXPRESIÓN ORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE ELOCUCIÓN

1. Condiciones de la elocución oral
2. Recursos expresivos
3. Técnicas fonacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN

1. Elementos del proceso de comunicación
 - Aspectos relacionales en la comunicación oral
2. Tipos de comunicación en la recepción
 - Comunicación telefónica
3. Habilidades comunicativas
4. Habilidades en el habla
5. Habilidades en la escucha

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RESPIRACIÓN

1. Proceso de respiración
2. Respiración abdominal
3. Técnicas de respiración para la relajación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. VOZ

1. Producción de la voz
2. Características de la voz
3. Cuidado de la voz

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DICCIÓN

1. Defectos en la pronunciación
2. Ejercicios para la mejora de la dicción

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 6. PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN DE HOTELES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SOFTWARE DE GESTIÓN DE RESERVAS

1. Organización de la base de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IBE

1. Características del motor de reservas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CRM

1. Tipos de CRM
2. Funciones del CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CRS

1. Tipos de CRS
2. Ventajas del CRS

Resumen

Espacio didáctico

BIBLIOGRAFIA

SOLUCIONARIO

PARTE 2. MARKETING TURÍSTICO

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN DEL TURISMO

1. Evolución histórica
2. Tipologías turísticas
3. Impactos del turismo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TURISMO Y ECONOMÍA

1. Turismo e indicadores económicos
 - Producto nacional
2. Turismo y mercado
 - Oferta turística
 - Demanda turística

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 2. INTRODUCCIÓN AL MERCADO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE MERCADO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

1. Aproximación a la segmentación
2. Variables de segmentación
 - Criterios generales objetivos
 - Criterios generales subjetivos
 - Criterios específicos objetivos
 - Criterios específicos subjetivos
3. Etapas de segmentación
 - Selección del público objetivo
4. Posicionamiento en el mercado
 - Estrategias de posicionamiento
 - Mapas perceptuales
 - Tematización
5. Segmentación de Belson
6. Microsegmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OFERTA TURÍSTICA

1. Alojamiento
 - Modalidades de alojamiento
 - Clasificación de los establecimientos hoteleros
 - Formas de gestión de los establecimientos hoteleros
 - Campamentos de turismo
 - Alojamientos rurales
 - Apartamentos turísticos
 - Otros tipos de alojamientos turísticos
2. Intermediación turística
 - Agencias de viajes
 - Plataformas *online*
3. Medios de transporte turístico
4. Restauración
 - Restauración tradicional
 - Restauración evolutiva

5. Servicios de información turística
6. Guías turísticos
7. Otras empresas turísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEMANDA TURÍSTICA

1. Factores
 - Factores internos
 - Factores externo
2. Estructura
3. Características
 - Estacionalidad
 - Elasticidad
4. Figura del consumidor turístico

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. FUNDAMENTOS DEL *MARKETING* TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. *MARKETING MIX* EN TURISMO

1. Producto y precio
 - Definición del producto turístico
 - Políticas de marca
 - Ciclo de vida del producto y de los destinos
 - Nuevos productos turísticos
 - Política de precios
2. Distribución y promoción
 - Canales de distribución
 - Promoción turística

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. HERRAMIENTAS Y PLANIFICACIÓN EN EL *MARKETING* TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMA TURÍSTICO DE UN DESTINO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPORTANCIA Y FIN DE LA PLANIFICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO DE UN PLAN DE *MARKETING* TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE *MARKETING* DE UN DESTINO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN LA ESTRATEGIA

1. Criterios de segmentación

RESUMEN
AUTOEVALUACIÓN

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA