

Máster en MBA TURISMO



El **MBA Turismo** es un **Título Máster Propio de la Universidad Rey Juan Carlos** impartido en colaboración con **Vértice Business School** especialmente diseñado para formar especialistas en dirección y gestión de empresas turísticas, que sean capaces de adaptarse a los continuos cambios del entorno, proliferación de precios bajos, necesidad de diferenciación, el rol de las nuevas tecnologías, a través de la adquisición de las capacidades, conocimientos, habilidades y competencias necesarios para afrontar nuevos retos y exigencias de este mercado cada vez más global.

El Turismo es uno de los sectores que más recursos humanos emplea, que mayor fortaleza está presentando a la actual crisis económica, pero con un importante déficit de personas preparadas para ocupar puestos de responsabilidad

OBJETIVO DEL MÁSTER

Dotar de conocimientos y aptitudes que permitan cualificar al alumnado para dirigir y gestionar con éxito empresas del sector turístico.

Ofrecer una formación que contemple todos los ámbitos de conocimiento relacionados con las empresas del sector turístico desde una perspectiva multidisciplinar e integradora.

Todo esto implicará formarlo a distintos niveles para que obtenga un amplio conocimiento tanto en la gestión de empresas turísticas, habilidades directivas, en la dirección de recursos humanos, a nivel económico financiero, de marketing, estratégico e internacional.

¿A QUIEN VA DIRIGIDO?

El MBA Turismo está dirigido a titulados en estudios turísticos que buscan complementar su formación con titulación de postgrado, especialistas en áreas específicas del sector que enfrentan un nuevo rol como responsables de gestión o unidades de negocio.



PROGRAMA DEL MÁSTER

Fundamentos de Estrategia – Créditos: 4 ECTS

Competitividad y management estratégico. Organización y estructuras estratégicas. Análisis del entorno general y del entorno específico. Diagnostico interno y diagnostico estratégico. Políticas de crecimiento y desarrollo empresarial. Herramientas estratégicas de gestión.

Marketing Turístico – Créditos: 4 ECTS

Introducción al Marketing turístico. El proceso de compra. Creación del producto y fidelización del cliente. Fijación de precios. Marketing promocional. Plan de Marketing .

Dirección de Recursos Humanos – Créditos: 3 ECTS

Planificación de personal. Análisis de puestos de trabajo. Reclutamiento. Selección. Selección por competencias. Formación y Desarrollo. Gestión del potencial. Retribución. Evaluación del desempeño. Dirección por objetivos. Motivación. Comunicación. Gestión del conocimiento. Estructura organizativa. Cultura organizativa. Diseño organizativo.

Gestión del Canal – Créditos: 3 ECTS

Distribución y marketing turístico: conceptos y estructuras. Agencias y Touroperadores. GDS y centrales de reservas. Modalidades de integración en la distribución turística.

Dirección y Finanzas – Créditos: 4 ECTS

La estructura económico-financiera de la empresa. Necesidades de capital en la empresa. Análisis económico-financiero. El coste y el beneficio de la empresa. El coste de los recursos financieros a corto plazo. Selección y valoración de proyectos de inversión simple. Planificación financiera a largo plazo y a corto plazo. La autofinanciación de la empresa y política de dividendos.

Gestión de Destinos Turísticos – Créditos: 3 ECTS

Naturaleza y tipología de los destinos turísticos. Estudio de los destinos turísticos. El desarrollo y la gestión de los recursos turísticos: Factores de importancia.

Planificación de acontecimientos turísticos. Mercados turísticos. Ciclo de vida de los destinos turísticos. Medios de comunicación y creación de imagen del destino turístico. Oficinas turísticas. Turismo sostenible.

Habilidades Directivas y Negociación – Créditos: 3 ECTS

Estilos de Dirección. Delegación. Toma de decisiones. Gestión del cambio. Gestión de conflictos. Técnicas de negociación. Gestión de reuniones. Gestión eficaz del tiempo. Inteligencia emocional en el trabajo.

Gestión Hotelera – Créditos: 3 ECTS

La industria hotelera. Departamento Operacional del hotel: Recepción. Departamento Operacional del hotel: Restauración y cocina. Departamentos Operacionales del hotel: Consejería, comunicaciones y pisos. Departamentos staff del hotel: Servicios auxiliares, lencería y lavandería, compras y almacén.

Control de Gestión – Créditos: 3 ECTS

Presupuestos. Análisis de desviaciones. Análisis mediante ratios. Centros de responsabilidades. Auditorías de gestión. Cuadro de mando integral.

Gestión de Eventos – Créditos: 2 ECTS

El mercado de reuniones. La gestión de eventos y congresos. Planificación y organización del evento. Celebración. Post-evento. El protocolo en los eventos y congresos. Protocolo internacional.

Estrategia de Marketing Digital – Créditos: 3 ECTS

Estrategias competitivas en el entorno global y digital. Marketing estratégico y marketing operativo. Segmentación del público objetivo en internet. Herramientas de segmentación digital. Herramientas de marketing digital. Plan de comunicación y promoción en internet. Métricas de marketing digital. Diseño y creación de un Plan de marketing digital. Diseño y creación del social Media Plan.

Dirección de Operaciones – Créditos: 4 ECTS

Estrategia de producto y tecnología de la producción. Procesos, capacidad y layout. Estrategia de localización y transporte. Calidad total. Gestion de los Recursos Humanos en la producción. La innovación en la dirección de operaciones.

Gestión de la Restauración – Créditos: 3 ECTS

Servicios y organización en restauración. Concepto, implantación y gestión. Planificación de los servicios. Diseño y elaboración de la carta. Planificación del menú. Mise en place. Distribución del trabajo y reparto de tareas. El control de ingresos y gastos. Escandallo o rendimiento de un producto. Fijación del precio de venta. Métodos de reducción de costes en las distintas actividades y fases del proceso de producción.

Contabilidad de costes – Créditos: 4 ECTS

Costes: conceptos básicos. Sistemas de costes. Directcosting. Fijación del precio de venta de un producto. El punto de equilibrio. El análisis coste-volumen-beneficio. Imputación de costes indirectos (ABC). Costes relevantes. Decisiones basadas en los costes.

Internacionalización – Créditos: 4 ECTS

Gestión empresarial para la internacionalización. Análisis del entorno económico. Marketing internacional e investigación de mercados. Código aduanero. Incoterms. Contratación y negociación internacional. Entorno legal y fiscal. Logística y transporte internacional. Financiación internacional. Control de cambios, mercado de divisas y medios de cobros y pagos. Herramientas y mecanismos de ayudas.

Responsabilidad social corporativa – Créditos: 2 ECTS

¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa?. Medidas políticas y legislación. Herramientas de Responsabilidad Social. La Responsabilidad Social en la empresa.

Trabajo Fin de Máster – Créditos: 8 ECTS

Video explicativo del Máster <http://cursosfotepro.vertice.org/mba-turismo-15338-3.html>



Métodología de Estudio

Para el desarrollo de la **Metodología ONROOM** partimos del concepto ‘Estás en casa, estás en clase’, para lo cual, hemos trabajado e investigado los últimos años hasta llevar **una clase presencial con todos sus elementos y recursos a casa de los alumnos**, combinado con las posibilidades que internet ofrecía. Hemos trabajado cada día convencidos de que, con los avances tecnológicos actuales, lo que se debe desplazar en un proceso formativo son los conocimientos, y no las personas.

Nuestro esfuerzo ha dado sus frutos, pues no sólo hemos conseguido que los profesores y los alumnos den y reciban las clases desde sus casas, y mejorando el modelo de aprendizaje, sino que, además, hemos logrado abaratar enormemente los costes de la formación y llevarla a cualquier rincón del mundo. Con todo ello, **estamos consiguiendo socializar la formación.**

La Metodología ONROOM **convierte al alumno en el centro de su proceso formativo**. Es él quien organiza sus horarios de estudios, quien decide cuándo quiere visionar las clases teóricas de sus profesores, cuándo realiza sus ejercicios y evaluaciones, y cómo se organiza con sus compañeros y profesores para realizar los trabajos individuales y grupales. Todo el proceso formativo lo realiza dentro de Campus Vértice, un **entorno activo, próximo y participativo**.

Los profesores transmiten sus conocimientos en sus **Masterclass**, las cuales quedan grabadas para que el alumno pueda verlas cuantas veces quiera y reúnen a los alumnos para analizar las clases visionadas y debatir los casos prácticos. Además, los docentes **dinamizan y coordinan** las sesiones grupales y **evalúan individualmente** el nivel alcanzado por cada alumno en su proceso de aprendizaje en cada materia.

Paralelamente a la labor de los profesores actúa un **Coordinador Académico** que es el dinamizador de los programas y cursos. Es la persona que acompaña a los alumnos de forma individual en todo el proceso formativo para conseguir un resultado final óptimo.

La metodología Onroom cuenta con unos determinados elementos que pueden variar dependiendo del Programa formativo que se esté cursando, pero de los cuales se pueden destacar:

- **Masterclass** de los profesores.
- **Videotutorías** grupales o individuales.
- **Videos prácticos** relacionados.
- **Contenidos** en formato pdf o libro en cada materia.
- **Casos y ejercicios** prácticos.
- **Evaluaciones** online.
- **Pizarra digital** para las explicaciones.
- **Tutorías online** asíncronas.
- **Social Learning** para compartir conocimientos con los compañeros.
- **Networking** para la relación profesional con compañeros.
- **Foros** de debate temáticos.
- **Mobile Learning**, utilizando para la formación los dispositivos móviles.

PROFESORADO



Vértice Business School cuenta con un cuadro de profesores compuesto por profesionales en activo altamente cualificados en cada materia formativa, que compaginan la actividad en sus empresas con la docencia.

Así mismo, el programa formativo cuenta con la colaboración de expertos de reconocido prestigio y experiencia, que participarán en las sesiones magistrales, talleres y videoconferencias programadas a lo largo del programa formativo.

Javier Pérez Aranda

Profesor Marketing en Universidad de Málaga
Profesor del Grado de Turismo en la UNED
Máster en Gestión de Empresas por ESESA y Universidad de Málaga
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas

Antonio Aguilera Nieves

Socio Director Iniciacom.
exDirector de Recursos Humanos de Grupo Puma
exDirector de Organización y RRHH de Verdtech Nuevo Campo S.A.
Master en RRHH y Organización de ESIC.
Master Executive MBA en el Instituto Internacional San Telmo.
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.

Luis Villatoro

Director de publicidad y marketing La Opinión de Málaga
Director de marketing Grupo Alea
Licenciado en Ciencias Económicas
Profesor Master de marketing de negocios de la Universidad de Málaga

Francisco Mancera Romero

Director Técnico de Alteria Corporación Unicaja
Máster en Análisis Económico por la Universidad Autónoma de Barcelona
Máster Executive en Banca y Entidades Financieras por ESESA
Executive MBA por el Instituto de Empresa
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales

Jose Manuel Gomez-Zorrilla Sanjuan

Socio Director en Wind up Estrategias
exMarketing Manager en Museo Picasso Málaga
Docente en Universidad Modelo de México
Máster en Dirección de la Comunicación
Licenciado Publicidad y Relaciones Públicas
Bronce en los V Premios Nacionales de la Blogosfera de Marketing 2014

Gemma Martín Naranjo

Coach profesional, docente y consultora de Recursos Humanos

Socia fundadora de Coaching Plural
Master en Coaching Personal
Licenciada en Ciencias Políticas

Joaquín Alberto Zafra Ratia

Chief Digital Officer en HOVI (Hospital Oncológico Virtual Internacional)
ExGerente de la línea de negocio internacional de Ingenia (Mercados LATAM)
Máster en Comercio Internacional
Experto en Dirección Financiera

Marta Ochoa Oliva

Master en Economía y Econometría. Universidad de Southampton, premio Andrew DumblePrize al mejor expediente.
Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales. Nota 9,97
Primer premio nacional en los estudios de empresariales 93-98
Responsable de Control del Riesgo de Mercado de Unicaja

Francisco Luis Benítez

Politólogo experto en Responsabilidad Social, Transmedia y Gestor Cultural
Grado en Ciencia Política y de la Administración
Consultor en comunicación política y empresarial y Open Government
Social Media Networker& Content Curator en OpinionLAB y Open-Idea



PROGRAMA DE PRÁCTICAS

Una vez realizado la Formación. el alumno dispondrá de **300 h de prácticas** en instituciones ó Empresas dentro de su área de residencia que se podrán realizar en un plazo máximo de 4 meses. El periodo de comienzo de prácticas una vez realizado la Formación Online es aprox. de 45 a 60 días...si la Empresa la propone el alumno será aprox. de 15 a 20 días.

El Centro de estudios facilita la Empresa de prácticas, no obstante y en casos excepcionales de que el alumno quiera realizar las prácticas en una empresa propuesta por él, deberá de facilitarnos los datos (Nombre de la Empresa y persona de contacto) para tramitar el expediente correspondiente. Una vez confirmada la aceptación de la Empresa ó Institución donde se celebrarán las prácticas se procederá a la contratación de la Póliza correspondiente con la compañía de seguros (seguro de accidentes).La póliza con la compañía de seguros es un requisito legal obligatorio y los costos de la misma corren por cuenta del Centro de Estudios.

Cuando ya esté todo concretado será el momento de avisar al alumno para que se pase por el Centro de trabajo, le conozcan, tener una entrevista personal y acordar el horario que se van a realizar las prácticas. Al finalizar las prácticas la empresa donde las realice, extenderá un **CERTIFICADO DE PRÁCTICAS**, donde se reflejará el tiempo que ha estado (300 h) las actividades realizadas, su satisfacción con el alumno., etc. La Empresa puede proponer al alumno una prórroga de prácticas que podría ser remuneradas si la Empresa lo estimara conveniente.

SALIDAS PROFESIONALES

- Director/a de empresas turísticas
- Director/a de producto turístico
- Planificadores y gestores de destinos turísticos
- Técnico de planificación turística
- Responsable de agencia de viajes
- Responsable de programa de destinos
- Director de operaciones de empresas turísticas
- Técnico de desarrollo de producto turístico
- Consultores y asesores de empresas turísticas
- Director/a de empresas de turismo alternativo (aventura, rural, relax, agroturismo, animación turística, etc.)
- Emprendedor. Creación y desarrollo de su propio proyecto turístico empresarial
- Responsable en cualquiera de sus áreas funcionales de empresas turísticas: Marketing, Recursos Humanos, Finanzas, Operaciones, Administración, Ventas.

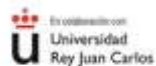
DURACIÓN DEL MÁSTER : 1 AÑO -1500 h Aprox.-

FECHAS DE COMIENZO en el año 2017

- **31-Mayo-2017**
- **29-Junio-2017**
- **31-Julio-2017**
- **28-Septiembre-2017**
- **31-Octubre-2017**
- **30-Noviembre-2017**



Miembro de:



C/ Pensamiento 27 3º-(Zona Cuzco-)

28020 Madrid (España)

Telf- 914 250 115 /// 625 585 702

<http://cursosfotepro.vertice.org/>

Centro asociado

