MARE NOSTRUM
BUSINESS SCHOOL

MÁSTER

MÁSTER MBA EN TURISMO

- EQUIVALENCIA A ECTS -

MNBS004





METODOLOGÍA

Este **Máster MBA en Turismo** está dirigido a profesionales, técnicos y a todas aquellas personas que estén interesadas en este ámbito profesional.

Dotará al alumno de todos los conocimientos necesarios en los campos administrativo, contable y fiscal. Además, lo formará como experto en nuevas tecnologías aplicadas a las PYMES y Management Skills. Permite al alumnado adquirir las competencias profesionales para contribuir al desarrollo, organización, control y venta de los productos o servicios turísticos definidos, de modo que resulten atractivos para su demanda potencial y se puedan comercializar, así como gestionar actos y programas de promoción turística encaminados a la consecución de los objetivos fijados.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre la Escuela Mare Nostrum. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA DE 1500H

MODALIDAD ONLINE

DURACIÓN DE HASTA UN AÑO

CURSO INICIAL ONLINE

TUTORÍAS INDIVIDUALES

IDIOMA CASTELLANO



IMPORTE TOTAL

VALOR ACTUAL:
~~3120€~~ 780€

PAGO FRACCIONADO DISPONIBLE

DIFERENTES MÉTODOS DE PAGO

ENVÍO DEL DIPLOMA INCLUIDO

RECONOCIMIENTO

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER MBA EN TURISMO", de la ESCUELA MARE NOSTRUM, avalada por nuestra condición de socios de la AEEN, asociación española de escuelas de negocios.

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.

PLAN DE ESTUDIOS

PARTE 1. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

MÓDULO 1. PROCESO DE FORMACIÓN DEL DERECHO DEL TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO DEL TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL DEL DERECHO DEL TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OBJETO DEL DERECHO DEL TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES DEL DERECHO DEL TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRINCIPIOS DE APLICACIÓN E INTERPRETACIÓ DEL DERECHO DEL TRABAJO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 2. CONTRATACIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL CONTRATO DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASES Y MODALIDADES CONTRACTUALES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OBJETO DEL CONTRATO DE TRABAJO Y DETERMINACIÓN DE LA PRESTACIÓN LABORAL

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 3. JORNADA, HORARIO E INTERRUPCIONES DEL TIEMPO DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. JORNADA DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HORARIO LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERRUPCIONES DEL TIEMPO DE TRABAJO
Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 4. SALARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y ESTRUCTURA DEL SALARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPIOS INFORMADORES DE LA RETRIBUCIÓN DEL TRABAJADOR

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SISTEMAS SALARIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRUCTURA DEL SALARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PERCEPCIONES EXTRASALARIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DETERMINACIÓN DEL SALARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ABSORCIÓN Y COMPENSACIÓN SALARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROTECCIÓN DEL SALARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FONDO DE GARANTÍA SALARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LUGAR, TIEMPO Y FORMA DEL SALARIO
Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 5. GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORIGEN Y ANTECEDENTES HISTÓRICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO
Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 6. GESTIÓN DE PERSONAL Y HABILIDADES DIRECTIVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EQUIPOS DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EMPOWERMENT

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 7. CONTABILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PATRIMONIO EMPRESARIAL

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 8. HECHOS CONTABLES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ASPECTO DINÁMICO DEL PATRIMONIO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE CONTABILIZACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 9. RESULTADO DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GANANCIAS Y PÉRDIDAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RESULTADO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CUENTA DE RESULTADOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 10. CONTABILIDAD DE GESTIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE COSTES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SISTEMAS DE COSTES

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 11. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN FISCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DISPOSICIONES GENERALES DEL ORDENAMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SISTEMA TRIBUTARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESTACIONES PATRIMONIALES DE CARÁCTER PÚBLICO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RELACIONES JURÍDICO-TRIBUTARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OBLIGACIONES FISCALES INICIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

BIBLIOGRAFÍA

PARTE 2. EL TURISMO Y LAS AGENCIAS DE VIAJES

MÓDULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANTECEDENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEFINICIÓN Y ELEMENTOS QUE CARACTERIZAN EL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIFERENCIAS ENTRE TURISTA, VISITANTE Y EXCURSIONISTA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE ÁMBITO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL RELACIONADAS CON EL SECTOR TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. VALORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO FUENTES DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 7. VALORACIÓN DEL PROFESIONAL TURÍSTICO EN EL ÁMBITO DE SU PROFESIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS Y SUS TENDENCIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS Y SUS TENDENCIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PRINCIPALES TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LOCALIZACIÓN ESPACIAL DE CADA TIPOLOGÍA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE UNA ZONA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TENDENCIAS DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS NACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TENDENCIAS DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. VALORACIÓN DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN SOBRE LA DEMANDA Y LA MODIFICACIÓN DE LOS MISMOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA OFERTA TURÍSTICA: ELEMENTOS Y ESTRUCTURAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA: CANALES DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EMPRESAS DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS MEDIOS DE TRANSPORTE TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA OFERTA COMPLEMENTARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL NÚCLEO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO PARA EL NÚCLEO TURÍSTICO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 4. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN Y FACTORES DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELEMENTOS EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA ELASTICIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MOTIVACIONES DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTACIONALIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 6. METODOLOGÍA DE COMPRA

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TENDENCIAS ACTUALES DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 5. LAS AGENCIAS DE VIAJES Y SU ORGANIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PRODUCTO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PROCESO DE VENTA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INTERRELACIÓN ENTRE AGENCIAS DE VIAJES Y EL RESTO DE EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESOS DE LA PRODUCCIÓN Y LA PROGRAMACIÓN DE UN PAQUETE TURÍSTICO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

ANEXO: LEGISLACIÓN DEL SECTOR

PARTE 3. MARKETING TURÍSTICO

MÓDULO 1 - INTRODUCCIÓN AL MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ENFOQUES DE LA DIRECCIÓN DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRUCTURA CONVENCIONAL Y ESTRUCTURA ORIENTADA AL SERVICIO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CARACTERÍSTICAS DEL MARKETING DE SERVICIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CONCEPTO DE VALOR

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL FUTURO DEL MARKETING

Resumen
Autoevaluación

Solucionario

MÓDULO 2 - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONDICIONANTES QUE AFECTAN AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASES DEL PROCESO DE DECISIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TENDENCIAS DEL CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CONCEPTO DE CALIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HERRAMIENTAS DE CONTROL DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 3 - LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE SEGMENTACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. VARIABLES DE SEGMENTACIÓN MÁS UTILIZADAS EN TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ETAPAS DEL PROCESO DE SEGMENTACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. APLICACIÓN DE LA SEGMENTACIÓN AL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN DE BELSON

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA MICROSEGMENTACIÓN

Resumen
Autoevaluación

Solucionario

MÓDULO 4 - MARKETING MIX: PRODUCTO Y PRECIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO. NIVELES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS DE MARCAS EN EL SECTOR TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. POLÍTICA DE PRECIOS EN EL SECTOR TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONDICIONANTES DEL PRECIO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MÉTODOS DE FIJACIÓN DEL PRECIO

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ESTRATEGIAS DE PRECIO EN EL SECTOR TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. YIELD MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA PARIDAD DE PRECIOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 5 - MARKETING MIX: DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN EN TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MIX PROMOCIONAL

Resumen
Autoevaluación

Solucionario

MÓDULO 6 - NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MARKETING TURÍSTICO EN TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA WEB 2.0 APLICADA AL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BASES DE DATOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 7 - EL PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ETAPAS DEL PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 3. JUSTIFICACIÓN Y PROMOCIÓN DEL PLAN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 8 - CONSUMERISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONSUMERISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NORMATIVA QUE REGULA AL CONSUMIDOR Y SUS DERECHOS EN UE Y EN ESPAÑA: LEGISLACIÓN GENÉRICA Y ESPECÍFICA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DERECHOS Y DEBERES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RECLAMACIONES

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 9 - HERRAMIENTAS Y PLANIFICACIÓN DEL MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL SISTEMA TURÍSTICO DE UN DESTINO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPORTANCIA Y OBJETIVOS DE LA PLANIFICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÓMO DISEÑAR UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HERRAMIENTAS A EMPLEAR EN EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CÓMO DEFINIR LA ESTRATEGIA DE MARKETING DE UN DESTINO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA SEGMENTACIÓN Y EL POSICIONAMIENTO EN LA ESTRATEGIA

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EXPECTATIVAS Y MOTIVOS DE LA VISITA

UNIDAD DIDÁCTICA 9. IMPORTANCIA CRECIENTE DE LA INTELIGENCIA DE MERCADOS EN EL TURISMO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 10 - EL MARKETING MIX 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 1. QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA EL MIX DE MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEL MARKETING MIX 4P'S AL MIX 7P'S Y AL MIX 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 3 ESTRATEGIAS Y DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLOS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RELACIÓN ENTRE RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. JERARQUIZACIÓN, VALORACIÓN DE RECURSOS E INVENTARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ELEMENTOS QUE COMPONEN UN PRODUCTO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. RELACIÓN ENTRE PRODUCTO Y DESTINO TURÍSTICO PROMOCIONABLE

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA CALIDAD Y SU RELACIÓN CON EL VALOR DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CREACIÓN DE PRODUCTOS: EL ROL DE UN CLUB DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ESTRATEGIAS DE PRECIO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario