



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Master En Dirección Hotelera + Master En Revenue Management

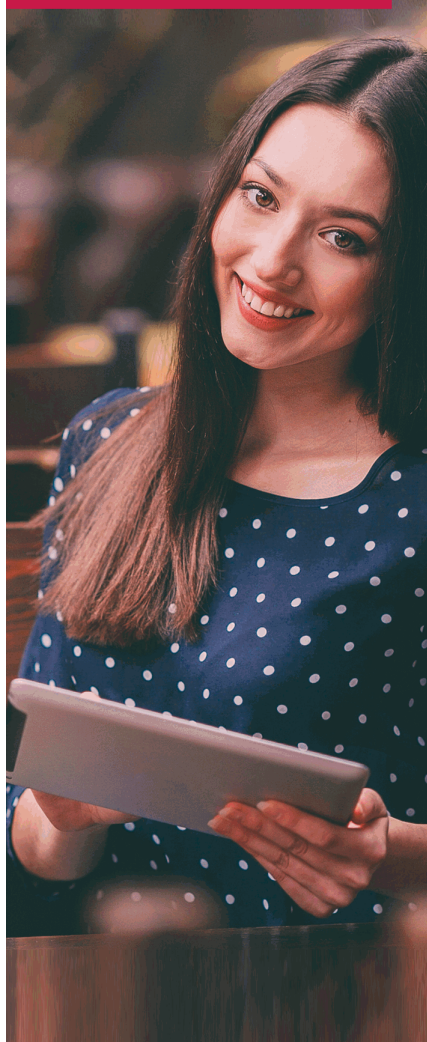
educa.net



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación** (AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master En Dirección Hotelera + Master En Revenue Management

**DURACIÓN:**

1.200 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.200 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la





EDUCA BUSINESS SCHOOL
como Escuela de Negocios de Formación Superior de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO
NOMBRE DEL ALUMNO
con D.N.I.XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Centro de Formación
Superior de Postgrado
**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**

Nombre de la Acción Formativa

de 600 horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2015
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente EURO/XXXX-XXXX-XXXX-XXXX
Con una calificación de SOBRESALIENTE
Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 1 de Diciembre de 2015

La Dirección General



JESÚS MORENO HIDALGO

SELO

Ei/La Interesado/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A



**RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA**

Descripción

Este Master en Dirección Hotelera le ofrece una formación especializada en la materia. Este Master MBA en Dirección de Hoteles le ofrece una formación especializada en la materia. El turismo ha dejado de ser sólo un sector económico, para convertirse en un sistema poliédrico en cuanto a las áreas del conocimiento que debe tratar y abordar con un contenido científico muy desarrollado. Por ello, la formación y educación en turismo, capacitación y especialización en actividades, profesiones y especialidades ha de sostenerse en un rico inventario de conocimientos, prácticas y experiencias a través de el Master MBA en Dirección de Hoteles, que nos acerca a la dirección y gestión hotelera para poder ejercer como Director de Hotel, la gestión operativa interna del hotel, la dirección y gestión administrativa y financiera del hotel, el marketing turístico, el inglés para turismo y la calidad en hostelería y turismo.

Este Master en Revenue Management le ofrece una formación especializada en la materia. Este master marketing hotelero ofrece al alumnado una formación especializada en la materia, acorde a las necesidades reales del mercado laboral. Si tienes interés en el sector turístico y quieres conocer las técnicas esenciales para la organización y dirección de empresas hoteleras, la gestión del marketing en el sector así como el revenue management aprovecha esta oportunidad. Realizando este marketing hotelero podrás desenvolverte de forma profesional en el ámbito del turismo, dirigir una empresa hotelera con total independencia y gestionar las campañas de marketing.

Objetivos

- Realizar la función de Director de Hotel.
- Conocer los aspectos más importantes para ser Director de Hotel y sobre la dirección estratégica, el diseño organizacional y la dirección por objetivos.
- Gestionar operativamente un hotel en su aspectos internos como los procesos de servicio de restauración, los diferentes departamentos, etc.
- Aplicar la gestión administrativa y financiera al hotel que se va a dirigir para ser un buen Director de hotel.
- Poner en práctica el marketing turístico del hotel como reclamo.
- Aprender Inglés para turismo.
- Gestionar la calidad en hostelería y turismo.

Entre los objetivos del master marketing turísticos destacamos:

- Desarrollar las competencias necesarias para abordar la dirección estratégica de PYME's.
- Conocer los elementos que integran un plan de empresa y la dinámica de su diseño y desarrollo..
- Ofrecer las bases para realizar los procesos administrativos de la empresa, en concreto: Nóminas y Seguros Sociales; Contabilidad y facturación; Obligaciones fiscales.
- Desarrollar las habilidades y destrezas necesarias para realizar un análisis de la situación de la empresa desde un sentido crítico.
- Proporcionar la capacitación para poder asumir el trabajo cotidiano necesario en los procesos del punto 1, con el objeto de desarrollarlo con la mayor profesionalidad posible.
- Integrar estas tareas de gestión en la planificación empresarial y toma de decisiones, mediante una visión global y correcto uso de la información acerca de la situación de la empresa respecto a las distintas áreas en que interviene el profesional.
- Capacitar para desarrollar la dirección económico-financiera de una empresa hotelera utilizando herramientas financieras y de contabilidad avanzadas.
- Aplicar técnicas de Revenue-Yield Management en el ámbito hotelero.
- Desarrollar los métodos, sistemas y procedimientos más adecuados, para potenciar el talento y el desarrollo del conocimiento en la carrera profesional de un extranjero en dirección hotelera.
- Analizar y gestionar el conocimiento e información en el ámbito de la dirección y gestión hotelera.
- Analizar las principales innovaciones en turismo.
- Conocer al nuevo turista digital y el funcionamiento de los destinos inteligentes.
- Crear una estrategia traveller journey y guest experience.
- Aumentar el número de reservas gracias a metabuscadores como Tripadvisor, Trivago o Google Hotel Ads.
- Aplicar las principales técnicas de revenue management.
- Desarrollar una estrategia SEO y SEM para aumentar la visibilidad en Google e incrementar el número de reservas.
- Generar una estrategia inbound con el marketing de contenidos, social media, analítica web, CRM y marketing Automation.

A quién va dirigido

Este Master en Revenue Management está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además El presente Master de Marketing Hotelero se dirige a aquellos responsables del sector turístico especializados en la gestión de reservas y alojamientos, así como para quienes desean dar un salto en su carrera y adaptarse a las nuevas demandas del viajero digital y no perder ventas.

Para qué te prepara

Este Master en Dirección Hotelera le prepara para conseguir una titulación profesional. El siguiente Master MBA en Dirección de Hoteles le prepara para dirigir un hotel, especializándose en aspectos como la dirección y gestión hotelera, la gestión operativa interna del hotel, la dirección y gestión administrativa y financiera del hotel, el marketing turístico, el ingés para turismo y la calidad en hostelería y turismo.

Este Master en Revenue Management le prepara para conseguir una titulación profesional. Gracias al Master Marketing Hotelero podrás entender al turista digital adaptando todas las estrategias de marketing al canal online logrando aumentar las reservas en el establecimiento e incrementar las ventas. Gracias al SEO, SEM, social media, inbound marketing, copywriting o técnicas de revenue management será más fácil lograr conectar con el potencial cliente y ofrecer una experiencia única antes, durante y después del alojamiento.

Salidas Laborales

Dirección y Gestión de Hoteles / Director de Hotel.
Hostelería y Turismo, marketing, gestión hotelera.

- Manual teórico 'Gestión Laboral y de Recursos Humanos'
- Manual teórico 'Gestión Contable y Prevención de Riesgos Laborales'
- Manual teórico 'Diseño de Procesos de Servicio en Restauración'
- Manual teórico 'Supervisión y Desarrollo de Procesos de Servicio en Restauración'
- Manual teórico 'Gestión de Departamentos de Servicio de Alimentos y Bebidas'
- Manual teórico 'Inglés Profesional para Turismo'
- Manual teórico 'Procesos de Gestión de Calidad en Hostelería y Turismo'
- Manual teórico 'La Dirección Estratégica de la Empresa. Técnicas de Gestión y Organización Empresarial, Mar
- Manual teórico 'Administración Fiscal'
- Manual teórico 'Marketing Turístico'
- Manual teórico 'Marketing Hotelero'

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

30% Beca Desempleo: Para quienes atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



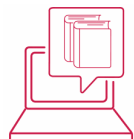
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

1. CURSO 1: MASTER EN DIRECCIÓN HOTELERA

PARTE 1. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones
2. Liderazgo
3. Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción
2. Utilidad del Plan de Empresa
3. La introducción del Plan de Empresa
4. Descripción del negocio. Productos o servicios
5. Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing
2. Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructura
2. Recursos Humanos
3. Plan Financiero
4. Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto

5.Estructura legal. Forma jurídica

PARTE 2. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

- 1.Introducción
- 2.Concepto de planificación de Recursos Humanos
- 3.Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
- 4.Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
- 5.Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
- 6.El caso especial de las Pymes
- 7.Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

- 1.Formación en la empresa. Desarrollo del talento
- 2.Marketing de la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

- 1.Introducción
- 2.Comunicación interna
- 3.Herramientas de comunicación
- 4.Plan de comunicación interna
- 5.La comunicación externa
- 6.Cultura empresarial o corporativa
- 7.Clima laboral
- 8.Motivación y satisfacción en el trabajo

MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

- 1.El contrato de trabajo
- 2.Las empresas de trabajo temporal (ETT)
- 3.Tiempo de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

- 1.Tipologías y modalidades de contratos de trabajo
- 2.Contratos indefinidos
- 3.Contratos temporales
- 4.Contratos para personas con discapacidad
- 5.Transformación en indefinidos de los contratos en prácticas, de relevo y de sustitución por anticipación de la edad de jubilación

- 6.Otros tipos de contratos
- 7.Modificaciones sustanciales del contrato de trabajo
- 8.Ineficacia, suspensión y extinción del contrato de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGURIDAD SOCIAL

- 1.Introducción. El Sistema de la Seguridad Social
- 2.Campo de aplicación del sistema de Seguridad Social
- 3.Regímenes de la Seguridad Social
- 4.Sistemas especiales de la Seguridad Social
- 5.Altas y bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS

- 1.El Salario
- 2.Cotización a la Seguridad Social
- 3.Retención por IRPF

PARTE 3. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

- 1.Introducción a la contabilidad
- 2.La dualidad de la contabilidad
- 3.Valoración contable
- 4.Anotación contable
- 5.Los estados contables
- 6.El patrimonio de la empresa
- 7.Normativa: Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

- 1.Planteamiento caso práctico
- 2.Balance de situación inicial
- 3.Registro de las operaciones del ejercicio
- 4.Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
- 5.Balance de sumas y saldos
- 6.Cálculo del resultado: beneficio o pérdida
- 7.Asiento de cierre de la contabilidad
- 8.Cuentas anuales
- 9.Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

- 1.Principios de la contabilidad

2. Valoración de la contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

1. Diferenciación de pagos y cobros
2. Diferenciación de gastos e ingresos
3. Cuentas del grupo 6 y 7
4. Cálculo del resultado contable
5. Contabilización de los gastos
6. Contabilización de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

1. Definición del inmovilizado
2. Integrantes del inmovilizado material
3. Integrantes del inmovilizado intangible
4. Contabilización del inmovilizado
5. Amortización y deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

1. Definición de operaciones de tráfico y clasificación
2. Contabilizar operaciones con clientes y deudores
3. Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores
4. Débitos por operaciones no comerciales

MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. Introducción
2. El trabajo
3. La salud
4. Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5. La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES

1. Introducción
2. Riesgos ligados a las condiciones de seguridad
3. Riesgos higiénicos
4. Riesgos ergonómicos
5. Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
6. El acoso psicológico en el trabajo
7. El estrés laboral

PARTE 4. ADMINISTRACIÓN FISCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

1. El Tributo

- 2.Hecho imponible
- 3.Sujeto pasivo
- 4.Determinación de la deuda tributaria
- 5.Contenido de la deuda tributaria
- 6.Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

- 1.Introducción
- 2.Elementos del impuesto
- 3.Rendimientos del trabajo
- 4.Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

- 1.Rendimientos de capital inmobiliario
- 2.Rendimientos de capital mobiliario
- 3.Ganancias y pérdidas patrimoniales
- 4.Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
- 5.Liquidación del impuesto
- 6.Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

- 1.Naturaleza del impuesto
- 2.Hecho imponible
- 3.Operaciones no sujetas y operaciones exentas
- 4.Lugar de realización del hecho imponible
- 5.Devengo del impuesto
- 6.Sujetos pasivos
- 7.Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
- 8.Base imponible
- 9.Tipos de Gravamen
- 10.Deducción del impuesto
- 11.Gestión del Impuesto
- 12.Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

- 1.Naturaleza y ámbito de aplicación
- 2.Hecho imponible
- 3.Sujeto Pasivo
- 4.Base imponible
- 5.Periodo impositivo y devengo del impuesto
- 6.Tipo impositivo
- 7.Bonificaciones y Deducciones
- 8.Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión

9. Régimen especial de las fusiones y escisiones
10. Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
11. Otros regímenes especiales
12. Gestión del impuesto

PARTE 5. GESTIÓN OPERATIVA INTERNA DEL HOTEL

MÓDULO 1. DISEÑO DE PROCESOS DE SERVICIO EN RESTAURACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE LOS PROCESOS DE MISE EN PLACE, SERVICIO Y CIERRE EN RESTAURACIÓN.

1. Elección de proveedores.
2. Diseño de documentos utilizados en el aprovisionamiento interno.
3. Organización de mobiliario y equipos.
4. Diseño de la comanda.
5. Servicio en el comedor.
6. Uso de los soportes informáticos.
7. Facturación y sistemas de cobro.
8. Aplicación de los sistemas de cobro: ventajas e inconvenientes.
9. Análisis previo de la factura.
10. Diseño y análisis de un plan de mantenimiento y adecuación de instalaciones, equipos y materias primas para un posterior servicio.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RELACIONES CON OTROS DEPARTAMENTOS Y RECURSOS HUMANOS.

1. Relación interdepartamental y sistema de comunicación interna.
2. Estimación de necesidades de recursos humanos y materiales.
3. Estudio de productividad del departamento.
4. Confección de horarios y turnos de trabajo.
5. La programación del trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELABORACIONES DE CARTAS Y FICHAS TÉCNICAS DE PLATOS

1. Las cocinas territoriales de España y el mundo: clasificación y descripción de elaboraciones significativas.
2. La elaboración de cartas.
3. Asesoramiento en las elaboraciones a la vista de cliente.
4. Fichas técnicas de las diferentes elaboraciones: ingredientes, cantidades, tratamientos en crudo y cocinados, normativa de manipulación de alimentos y tiempos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS ESPECIALES.

1. Los servicios de eventos en función de los medios.
2. La organización de un acto o evento.
3. Aplicación del protocolo en los diferentes actos y eventos. Factores a tener en cuenta.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN DEL PROTOCOLO EN LOS EVENTOS.

- 1.Las normas de protocolo en función del tipo de evento.
- 2.Los invitados.

MÓDULO 2. SUPERVISIÓN Y DESARROLLO DE PROCESOS DE SERVICIO EN RESTAURACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SUPERVISIÓN Y DESARROLLO DE LOS PROCESOS DE MISE EN PLACE, SERVICIO Y POSTSERVICIO EN EL BAR Y RESTAURANTE.

- 1.Control de las Instalaciones.
- 2.Revisión de la maquinaria, equipos, mobiliario y menaje.
- 3.Análisis y desarrollo del montaje de mesas para todo tipo de servicios. Instrucciones para el personal.
- 4.Distribución y coordinación del personal de restaurante-bar para los diferentes procesos (Mise en Place, servicio y postservicio).
- 5.Mantenimiento y adecuación de instalaciones, equipos, géneros y materias primas para un posterior servicio.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ATENCIÓN AL CLIENTE EN RESTAURACIÓN.

- 1.La atención y el servicio.
- 2.La importancia de nuestra apariencia personal.
- 3.Importancia de la percepción del cliente.
- 4.Finalidad de la calidad de servicio.
- 5.La fidelización del cliente.
- 6.Perfiles psicológicos de los clientes.
- 7.Objeciones durante el proceso de atención.
- 8.Reclamaciones y resoluciones.
- 9.Protección en consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y la Unión Europea.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REVISIÓN DE LA VENTA Y FACTURACIÓN DE SERVICIOS EN RESTAURACIÓN.

- 1.La confección de la factura y medios de apoyo.
- 2.Apertura, consulta y cierre de caja.
- 3.El diario de producción.
- 4.El arqueo y liquidación de caja.
- 5.Control administrativo de los procesos de facturación cobro.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SUPERVISIÓN Y DESARROLLO EN EL ACABADO DE PLATOS A LA VISTA DEL CLIENTE.

- 1.Utilización de equipos y utensilios: normas básicas.
- 2.Operaciones para el pelado, desespinado y trinchado ante el comensal.
- 3.Preparación, decoración y presentación de platos ante el comensal.
- 4.Política de ahorro de costes: regeneración, conservación y envasado de géneros.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SUPERVISIÓN DEL MONTAJE DE LOCALES Y BUFFETS.

- 1.Tendencias o variaciones que existen en la restauración de ambientes y decoración, aplicados al local y los expositores.

2. Pautas de decoración y ambientación en el comedor: Estilo del profesional de la sala y de la empresa.
3. Instalaciones y equipos básicos para servicios especiales y eventos en restauración.
4. Aspectos a tener en cuenta durante el servicio y desarrollo de los siguientes eventos:
5. Disposición y coordinación del personal ante un servicio o evento.

MÓDULO 3. GESTIÓN DE DEPARTAMENTOS DE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

1. La planificación del departamento de alimentos y bebidas en el proceso de planificación empresarial hotelera.
2. El plan empresarial en restauración:
3. Definición del proceso de planificación de la actividad: apertura del establecimiento.
4. La planificación de los departamentos de bar, restaurante y banquetes.
5. Elaboración y revisión periódica de los planes del departamento en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas áreas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN

1. Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de establecimientos de restauración.
2. Tipología y clasificación de los establecimientos de restauración:
3. Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales.
4. Patrones básicos de departamentalización tradicional en las áreas de restauración: ventajas e inconvenientes.
5. Estructuras y relaciones departamentales y externas características de los distintos tipos de establecimientos de restauración.
6. Diferenciación de los objetivos de cada departamento del área o establecimiento de restauración 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.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SELECCIÓN DE PERSONAL Y LA FUNCIÓN DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL EN LOS DEPARTAMENTOS DE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

1. Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores semicualificados y cualificados.
2. Principales métodos para la selección de trabajadores semicualificados y cualificados.
3. Relación con la función de organización del establecimiento y la selección de personal.
4. Manuales de procedimientos y operaciones en los departamentos de servicio de alimentos y bebidas: análisis, comparación y redacción.
5. Programas de formación para personal dependiente de los departamentos de servicio de alimentos y bebidas: análisis, comparación y propuestas razonadas.
6. Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO EN LOS DEPARTAMENTOS DE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

- 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.Sistemas de dirección y tipos de mando/liderazgo: justificación y aplicaciones.
- 5.Análisis de herramientas para la toma de decisiones. Simulaciones.
- 6.Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
- 7.La motivación en el entorno laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LOS DEPARTAMENTOS DE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

- 1.Evolución histórica de la calidad.
- 2.El concepto de calidad en la producción y en los servicios.
- 3.La gestión de la calidad total.
- 4.Peculiaridades en la producción y servicios culinarios.
- 5.Sistemas y normas de calidad.
- 6.El sistema de calidad del Instituto para la Calidad Turística Española ICTE: peculiaridades en el subsector de restauración.
- 7.Otros sistemas de calidad.
- 8.La acreditación de la calidad.
- 9.Implementación de un sistema de calidad en los departamentos de servicio de alimentos y bebidas: factores clave; proyecto, programas y cronograma.
- 10.Especificaciones y estándares de calidad, normas, procedimientos e instrucciones de trabajo.
- 11.Gestión de la calidad en restauración. La gestión por procesos. Indicadores y otros procedimientos para el control de la calidad.
- 12.La mejora continua y los planes de mejora. Los grupos de mejora. Las herramientas básicas para la mejora de la calidad.
- 13.La evaluación de la satisfacción del cliente. Cuestionarios de satisfacción y otras herramientas. Procedimientos para el tratamiento de las quejas y sugerencias.
- 14.Gestión documental del sistema de calidad.
- 15.Evaluación del sistema de calidad. Auto-evaluaciones y auditorías. Procesos de certificación.

PARTE 6. EXPERTO EN MARKETING TURÍSTICO**UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA**

- 1.Conceptos básicos sobre la demanda
- 2.Análisis de la demanda turística
 - 1.- Clasificación de la demanda
 - 2.- Demanda turística internacional y nacional
- 3.Pautas para investigar la demanda viajera

- 1.- Fuentes y técnicas de recogida de información
- 2.- Factores que determinan la evolución de la demanda turística
- 3.- Parámetros básicos de la investigación
4. Segmentación de la demanda turística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
 - 1.- Proceso de marketing
 - 2.- Marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
 - 1.- Investigación turística
 - 2.- Segmentación del mercado
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones
 - 1.- Técnicas de motivación
 - 2.- Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
 - 1.- Las funciones del director de marketing
 - 2.- Dirección y plan de marketing

3.El director de marketing como estratega

4.Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1.Definición y ventajas

2.Características del plan

1.- La misión y la cultura de la empresa

2.- La elaboración del plan

3.Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes

4.Etapas para elaborar un plan de marketing

1.- Análisis de la situación

2.- Diagnóstico de la situación

3.- Definición de los objetivos

4.- Estrategias

5.- Planes de acción y presupuestos

6.- Control del plan

5.El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1.Marketing del producto turístico

2.Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes

1.- Competencia comercial

2.- Precios y condiciones comerciales

3.Distribución del producto

4.Imagen y publicidad

1.- Imagen de la Agencia de Viajes

2.- Publicidad de la Agencia de Viajes

5.Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1.Definición y conceptos básicos

2.Dirección de comunicación

3.Plan estratégico de comunicación

4.Marketing cibernético y publicidad

1.- E-Comunicación

2.- E-mail marketing

5.La comunicación de destinos turísticos

PARTE 7. INGLÉS 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.

PARTE 8. LA 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

PARTE 9. EXPERTO EN RESERVA DE HOTELES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

- 1.- General
1. Descripción de los términos más usados
- 1.- Opciones de navegación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISPONIBILIDAD

- 1.- Opciones de búsqueda
- 2.- Preferencias de búsqueda
1. Desde PNR
2. Desde ciudad
3. Desde un punto de referencia
- 1.- Disponibilidad de hoteles
- 2.- Características del hotel
- 3.- Condiciones de tarifas hoteleras
- 4.- Mapa de situación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RESERVA DE HOTEL

- 1.- Selección de habitaciones
- 2.- Opciones de reserva
1. Desde un PNR
2. Desde una disponibilidad
- 1.- Datos de pasajero
- 2.- Detalles de pago
- 3.- Confirmación de reserva
- 4.- Modificación de reserva
- 5.- Cancelación de reserva
3. CURSO 2: MASTER EN REVENUE MANAGEMENT

PARTE 1. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones

- 2.Liderazgo
- 3.Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

- 1.Introducción
- 2.Utilidad del Plan de Empresa
- 3.La introducción del Plan de Empresa
- 4.Descripción del negocio. Productos o servicios
- 5.Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

- 1.Plan de Marketing
- 2.Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

- 1.Infraestructura
- 2.Recursos Humanos
- 3.Plan Financiero
- 4.Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto
- 5.Estructura legal. Forma jurídica

PARTE 2. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

- 1.Introducción
- 2.Concepto de planificación de Recursos Humanos
- 3.Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
- 4.Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
- 5.Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
- 6.El caso especial de las Pymes
- 7.Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

- 1.Formación en la empresa. Desarrollo del talento
- 2.Marketing de la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

- 1.Introducción
- 2.Comunicación interna

- 3.Herramientas de comunicación
- 4.Plan de comunicación interna
- 5.La comunicación externa
- 6.Cultura empresarial o corporativa
- 7.Clima laboral
- 8.Motivación y satisfacción en el trabajo

MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

- 1.El contrato de trabajo
- 2.Las empresas de trabajo temporal (ETT)
- 3.Tiempo de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

- 1.Tipologías y modalidades de contratos de trabajo
- 2.Contratos indefinidos
- 3.Contratos temporales
- 4.Contratos para personas con discapacidad
- 5.Transformación en indefinidos de los contratos en prácticas, de relevo y de sustitución por anticipación de la edad de jubilación
- 6.Otros tipos de contratos
- 7.Modificaciones sustanciales del contrato de trabajo
- 8.Ineficacia, suspensión y extinción del contrato de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGURIDAD SOCIAL

- 1.Introducción. El Sistema de la Seguridad Social
- 2.Campo de aplicación del sistema de Seguridad Social
- 3.Regímenes de la Seguridad Social
- 4.Sistemas especiales de la Seguridad Social
- 5.Altas y bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS

- 1.El Salario
- 2.Cotización a la Seguridad Social
- 3.Retención por IRPF

PARTE 3. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

- 1.Introducción a la contabilidad

- 2.La dualidad de la contabilidad
- 3.Valoración contable
- 4.Anotación contable
- 5.Los estados contables
- 6.El patrimonio de la empresa
- 7.Normativa: Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

- 1.Planteamiento caso práctico
- 2.Balance de situación inicial
- 3.Registro de las operaciones del ejercicio
- 4.Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
- 5.Balance de sumas y saldos
- 6.Cálculo del resultado: beneficio o pérdida
- 7.Asiento de cierre de la contabilidad
- 8.Cuentas anuales
- 9.Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

- 1.Principios de la contabilidad
- 2.Valoración de la contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

- 1.Diferenciación de pagos y cobros
- 2.Diferenciación de gastos e ingresos
- 3.Cuentas del grupo 6 y 7
- 4.Cálculo del resultado contable
- 5.Contabilización de los gastos
- 6.Contabilización de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

- 1.Definición del inmovilizado
- 2.Integrantes del inmovilizado material
- 3.Integrantes del inmovilizado intangible
- 4.Contabilización del inmovilizado
- 5.Amortización y deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

- 1.Definición de operaciones de tráfico y clasificación
- 2.Contabilizar operaciones con clientes y deudores
- 3.Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores
- 4.Débitos por operaciones no comerciales

MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

- 1.Introducción
- 2.El trabajo
- 3.La salud
- 4.Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
- 5.La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES

- 1.Introducción
- 2.Riesgos ligados a las condiciones de seguridad
- 3.Riesgos higiénicos
- 4.Riesgos ergonómicos
- 5.Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
- 6.El acoso psicológico en el trabajo
- 7.El estrés laboral

PARTE 4. ADMINISTRACIÓN FISCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

- 1.El Tributo
- 2.Hecho imponible
- 3.Sujeto pasivo
- 4.Determinación de la deuda tributaria
- 5.Contenido de la deuda tributaria
- 6.Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

- 1.Introducción
- 2.Elementos del impuesto
- 3.Rendimientos del trabajo
- 4.Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

- 1.Rendimientos de capital inmobiliario
- 2.Rendimientos de capital mobiliario
- 3.Ganancias y pérdidas patrimoniales
- 4.Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
- 5.Liquidación del impuesto
- 6.Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

- 1.Naturaleza del impuesto
- 2.Hecho imponible
- 3.Operaciones no sujetas y operaciones exentas

- 4.Lugar de realización del hecho imponible
- 5.Devengo del impuesto
- 6.Sujetos pasivos
- 7.Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
- 8.Base imponible
- 9.Tipos de Gravamen
- 10.Deducción del impuesto
- 11.Gestión del Impuesto
- 12.Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

- 1.Naturaleza y ámbito de aplicación
- 2.Hecho imponible
- 3.Sujeto Pasivo
- 4.Base imponible
- 5.Periodo impositivo y devengo del impuesto
- 6.Tipo impositivo
- 7.Bonificaciones y Deducciones
- 8.Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión
- 9.Régimen especial de las fusiones y escisiones
- 10.Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
- 11.Otros regímenes especiales
- 12.Gestión del impuesto

PARTE 5. YIELD REVENUE MANAGEMENT EN EL SECTOR HOTELERO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL YIELD REVENUE MANAGEMENT.

- 1.Orígenes
- 2.Concepto de Yield Management
 - 1.- Revisión Taxonómica del Concepto
 - 2.- Denominación o terminología
 - 3.- Matices diferenciadores del YM en el sector aéreo y hotelero
 - 4.- Propuesta de definición del YM
- 3.El YM/RM y el Marketing
- 4.Características necesarias para la aplicación del YM
 - 1.- Revisión taxonómica del concepto
- 5.Aplicación en el sector servicios
- 6.Principales indicadores de medición del YM
- 7.Beneficios de la implantación del Yield Revenue Management en los hoteles

8.Dificultades de la implantación del Yield Revenue Management

9.Conclusiones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL NUEVO ENTORNO DE LA COMERCIALIZACIÓN HOTELERA.

1.La distribución en el sector hotelero

1.- Introducción

2.- Concepto de distribución y especificidades del sector hotelero

3.- Funciones de la distribución en el sector hotelero

4.- Tipos de distribución en el sector hotelero

5.- Tendencias de la distribución en el sector hotelero

2.Los canales de distribución en el sector hotelero

1.- Concepto

2.- Tipos de canales

3.- Aspectos a considerar en la elección de un canal de distribución

4.- Medios de comunicación utilizados por los canales

3.Canales directos

1.- La página web

2.- El correo electrónico

3.- Las Centrales de Reservas de las Propias Cadenas (CRSS)

4.Canales indirectos

1.- Las agendas de viajes minoristas, mayoristas y turoperadores

2.- Brokers hoteleros

3.- Global Distribution Systems (GDS)

4.- Centrales de reservas o Central Reservation Systems (CRS)

5.- Internet Distribution Systems (IDS)

5.Conclusiones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DEL YIELD REVENUE MANAGEMENT EN EL SECTOR HOTELERO.

1.Introducción

2.Previsión o Forecasting

1.- Modelos de previsión según el nivel de agregación

2.- Elementos que se han de considerar en las previsiones

3.- Fases de la previsión hotelera en el proceso de YM

3.Análisis de la competencia o benchmarking

1.- Concepto de Benchmarking

2.- Fases del Benchmarking hotelero en el proceso de YM

4.La segmentación en el YM

1.- Concepto, condicionantes y beneficios de la segmentación hotelera 139

2.- Fases de la segmentación hotelera en el proceso de YM

3.- Tipos de segmentos en el sector hotelero

5.Conclusiones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DEL YELD REVENUE MANAGEMENT EN EL SECTOR HOTELERO.

1. Gestión del precio o Pricing
 - 1.- Concepto y antecedentes de la gestión del precio o Pricing en el YM hotelero español
 - 2.- Especificidades del Pricing hotelero
 - 3.- Marco conceptual de las decisiones sobre precios
 - 4.- Políticas de Pricing
 - 5.- Definición de la estructura tarifaria
2. Optimización de la capacidad
 - 1.- Introducción
 - 2.- La distribución de la capacidad del recurso y del producto o conjunto de recursos
3. Conclusiones

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Yield Revenue Management en el sector hotelero. Autores: Pilar Talón Ballesteros, Lydia González Serrano y Mónica Segovia Pérez. Publicado por Delta Publicaciones

PARTE 6. MARKETING HOTELERO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INNOVACIÓN DIGITAL EN TURISMO

1. Introducción a la innovación digital en turismo
2. Tendencias de la transformación digital del turismo.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL TURISTA DIGITAL Y DESTINOS INTELIGENTES

1. Introducción al turismo digital y a los destinos inteligentes
2. El turista digital
3. Destinos Inteligentes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRAVELLER JOURNEY Y GUEST EXPERIENCE

1. Introducción a traveller journey y guest experience

UNIDAD DIDÁCTICA 4. METABUSCADORES: TRIPADVISOR, TRIVAGO Y GOOGLE HOTEL ADS

1. Introducción a los metabuscadores
2. Factores a tener en cuenta en los Metabuscadores.
3. Tripadvisor
 - 1.- ¿Cómo funciona?
4. Trivago
 - 1.- ¿Cómo funciona?
5. Google Hotel Ads
 - 1.- ¿Cómo funciona?

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS DE REVENUE MANAGEMENT

1. ¿Qué es el Revenue Management?
2. Upselling
3. Cross- Selling
4. Overbooking

5.Forecasting

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEO Y SEM

1.Introducción a SEO y SEM

2.SEO

3.SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INBOUND MARKETING Y MARKETING DE CONTENIDOS

1.Inbound Marketing

2.Marketing de Contenidos

3.Diferencia y relación entre Inbound Marketing y Marketing de Contenidos.

4.Estrategias de Inbound Marketing para Hoteles

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA PARA HOTELES

1.La importancia del Social Media para hoteles

2.Estrategias Social Media para hoteles

3.Análisis de perfiles de redes sociales de hoteles

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ANALÍTICA DIGITAL Y REPUTACIÓN ONLINE

1.Introducción a la analítica digital y reputación online

2.La importancia de la analítica digital para los hoteles

3.Google Analytics.

1.- Informes de Audiencia

2.- Informes de Adquisición

3.- Informes de Comportamiento

4.Reputación online

1.- Claves para que un hotel adquiriera una buena reputación.

2.- Ventajas de la gestión de una reputación online.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SISTEMAS CRM Y MARKETING AUTOMATION

1.Sistema CRM (Customer Relationship Management)

1.- El papel del CRM en el Marketing de la empresa

2.- Definición de estrategia CRM

3.- Integración del CRM en la estrategia online

4.- Elementos de un programa CRM

2.Marketing Automation

1.- Lead Nurturing

2.- Lead Scoring