

Máster en Administración y Dirección Comercial de Empresas Turísticas



Conoce los Programas de CEUPE

Másters reconocidos y convalidables por la Institución Pública del país de origen



El 94% de nuestros alumnos nos recomiendan

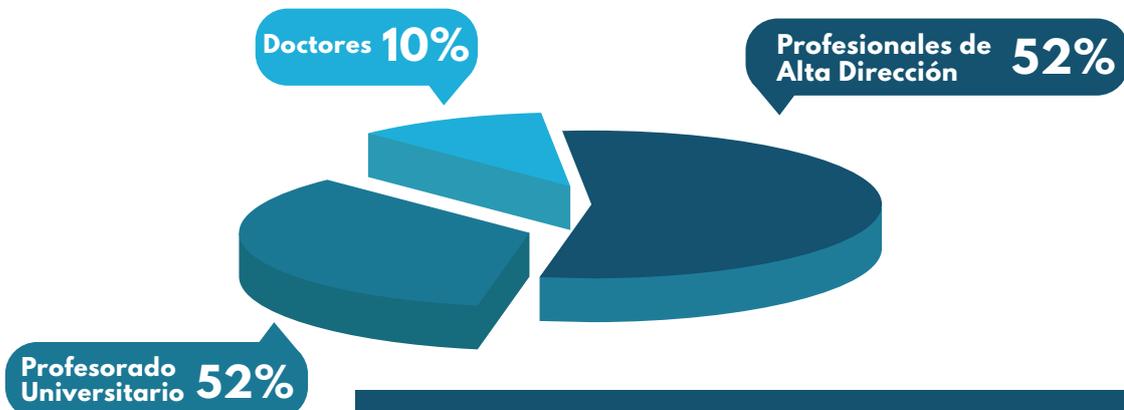
CEUPE en cifras

+ de 4.000 Alumnos Matriculados al año

+ de 2.200 Alumnos Internacionales al año



+ de 150 Profesores



+ de 38 Nacionalidades en Nuestro Campus

+ de 18.000 Empresarios y Directivos desde 2004

+ de 30 Alianzas Universitarias



Universidades
de Europa



Universidades
de América



Universidades
de África

+ de 850 Empresas Colaboradoras



EMPRESAS
MULTINACIONALES



PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS



OTRO TIPO DE
EMPRESAS

+ de 1.900 Ofertas de Empleo Gestionadas al año

+ de 25 Eventos Académicos anuales

+ de 90% de nuestros alumnos con experiencia profesional

Pensado para tu Proyección Profesional

Presentación del Máster



El programa "**Máster en Turismo: Dirección y Gestión de Empresas Turísticas**" se encuentra autorizado y publicado en el catálogo de estudios propios. Para su diseño, elaboración e impartición, está siguiendo los patrones de garantía y rigor de excelencia académica que exige y contempla el Consejo de Universidades.

El **MASTER EN TURISMO INTERNACIONAL de CEUPE BUSINESS SCHOOL** tiene como objetivo fundamental formar a profesionales que atiendan la alta demanda que actualmente tiene un país a la vanguardia internacional en el sector turístico internacional. España, es potencial mundial de profesionales como una preparación sólida en la formación turística, y con este "**Máster especializado en Dirección de Empresas Turísticas**" organizado por **CEUPE BUSINESS SCHOOL**, pretende atender a la demanda cada vez mayor de empresas del sector turístico de países emergentes. Directivos, consultores y profesionales españoles del sector turístico se encuentran actualmente ocupando puestos de relevancia en hoteles, tour Operadores, agencias de viajes, líneas aéreas, ferroviarias y marítimas de países de los cinco continentes.

Este **Máster de Dirección y Administración de Empresas Turísticas** ha sido diseñado y planificado, bajo patrones y normativa de excelencia académica universitaria, por un panel de expertos profesionales en cada uno de los módulos de especialización del programa académico. Profundiza en materias esenciales que todo aquel profesional que se dedique a los modelos de negocio de turismo internacional debe conocer. Nuestro mejor aval son las últimas ediciones en las que nuestros alumnos se han incorporado en puestos estratégicos del sector turístico.



Todos los cursos y másters de postgrado que ofrecen información sobre formación turística cobran mayor valor, como es el caso de nuestro programa máster, si se trabajan en profundidad materias del sector con alta demanda como son los negocios de gestión y dirección hotelera o la dirección de eventos y marketing turístico. Programas académicos de de gestión turística con grandes salidas profesionales para puestos profesionales técnicos como directivos.

Este programa Máster de Postgrado **del Centro Europeo de Postgrado-CEUPE** es un completo programa formativo online con dos titulaciones universitaria y profesional, cuyo plan de estudios (pensum), impartición y evaluación cumplen los criterios de calidad académica que marca el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que le concede 60 ECTS European Credit Transfer System y que goza de más de 10 ediciones.

1. Dirección Estratégica de la Empresa Turística

Introducción al concepto de Dirección Estratégica

La ventaja competitiva

El proceso de planificación estratégica

Análisis de la Industria

Diagnóstico de la situación

La Dirección Estratégica

La teoría de los recursos y capacidades

El análisis del Macroentorno

Análisis interno

Formulación de estrategias competitivas

2. Estrategias de Negociación Internacional

La negociación como proceso universal

El conflicto: Marco de negociación

La negociación estratégica

Las dimensiones culturales de Hofstede

Cómo negociar en diferentes partes del mundo

El aspecto ético en las negociaciones internacionales

Negociación y contexto internacional

La comunicación en la negociación

Culturas diferentes

La dinámica de la negociación intercultural

Aspectos generales de la negociación internacional

3. Dirección de Equipos. Profesionales del Turismo

Equipo de trabajo: Concepto

La inteligencia emocional

La conducta socialmente habilidosa

Conflicto

Equipos de alto rendimiento

Inteligencia emocional y desarrollo directivo

La reunión

4. Marketing Internacional

El contexto Internacional

Los beneficios del comercio Internacional: Marco conceptual

Formas de entrada en los mercados internacionales

El marketing mix Internacional

Bibliografía

El marketing Internacional

El inicio del proceso de internacionalización de la empresa

Orientaciones estratégicas de las empresas internacionales

Tecnologías de la comunicación y el marketing internacional

5. Marketing Digital y Social Media de establecimientos turísticos

Web 2.0 y Web 3.0

Marca, reputación e influencia

Redes sociales

Social CRM

New Media: El consumo del contenido por encima del consumo del medio

Blog: Conversación en la blogosfera

Las funciones del Community Manager

6. Control de Gestión Financiera: el negocio turístico

Sistemas de costes

La planificación financiera y el proceso presupuestario

Los presupuestos y la planificación

Control y gestión de las amortizaciones

Objetivos de la planificación financiera

El cuadro de mando

7. Dirección y Gestión Hotelera

Dirección y gestión de la empresa hotelera

El concepto del negocio

La Recepción: reservas, entrada de clientes, estancia y salida

Eventos y restaurantes (food & beverage)

Nuevos perfiles profesionales

El mercado hotelero, visión global del sector hotelero en España & Internacional

El Hotel: dirección, gestión y administración general

La Habitación

Servicios hoteleros: gimnasio, piscina, salas de eventos, administración...otros.

8. Yield Management & Revenue Management en Negocios Turísticos

Bases fundamentales de ambos modelos: definición, filosofía, objetivos y principales diferencias: qué, para qué y cuándo.

Implementación, seguimiento y revisión del modelo Yield Management & Revenue Management

Diseño, planificación y desarrollo de estrategias de Yield & Revenue

Aplicación práctica de los modelos en el negocio hotelero: up-selling, cross selling y down selling

Aplicación práctica de los modelos en otros negocios del sector turístico: Ocio, Restauración, Campos de golf

9. Turismo Internacional: sistema, mercado y modelos

Origen del mercado turístico internacional

Tendencias

Tendencias y perspectivas turísticas del Mercado Internacional. Potencias países emergentes.

Crisis y Actualidad

Crítica hotelera

Situación actual del mercado turístico internacional

Modelos de trabajo y negocio del turismo internacional

Nuevos formatos de y fórmulas de hacer turismo: transporte compartido, hoteles boutique, condo hotel, hotel por horas, destinations clubs o multipropiedad

10. Turismo en América Latina

Situación y posicionamiento del turismo en Latinoamérica

Perspectivas de crecimiento del turismo en América Latina

Comportamiento del turista latinoamericano

Posicionamiento del turismo latino en los mercados: Europa, Asia y EEUU

La marca América Latina: valores, recorrido y reconocimiento internacional

Modelos de trabajo y negocio del turismo internacional

Países emisores

11. Gestión de agencias de viaje Online y Offline

El sector de las agencias de viajes: situación de cambio

Diferencias entre el modelo online y el modelo offline

Gestión de la Calidad

Atención al cliente

Modelo de negocio: definición, objetivos, estructura y plan de viabilidad de la agencia de viajes

Marketing y Comercialización de la agencia de viajes: buscadores, portales verticales y formatos tradicionales

12. Tour Operadores

Rol de los tour operadores el sector turístico

El tour operador y su relación con los siguientes agentes: Hoteles - Líneas aéreas - Líneas ferroviarias y marítimas - Agencias de Viajes

Modelo de funcionamiento: programación, contratación y política de precios

13. Turismo Rural y de Interior

Dirección y gestión de los negocios rurales. Casos prácticos EEUU, Australia

El concepto del negocio rural en España - Normativa Europea

Gestión y administración de hoteles y casas rurales

Análisis situacional del alojamiento rural en España

Sostenibilidad y agroturismo

Gestión y administración de empresas con servicios de ocio al aire libre

Regiones de Europa

14. Negocios de Turismo Interior

¿Qué se está haciendo?

Sellos de Calidad

Criterios de sostenibilidad

OMT: Organización Mundial de Turismo

Título Propio UAH



Titulación Propia Universidad de Alcalá (UAH)

Los alumnos que habiendo finalizado el programa académico **Máster en Dirección y Administración Empresarial y Directiva** y superado con éxito todas las evaluaciones pertinentes recibirán de la **Universidad de Alcalá de Henares el Título Propio Máster** con 60 ECTS y 600 horas de estudio.