

 Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

**UAB**  
Universitat Autònoma de Barcelona



**Santillana formación**

MASTER RECOMENDADO POR

 Europcar

 INSTITUTO DE TURISMO  
RESPONSABLE

 PARQUES  
REUNIDOS

 POLITOURS

 SOLTOUR

 TUI  
España

 **iup** instituto  
universitario  
de posgrado

Universidad de Alicante  
Universidad Autónoma de Barcelona  
Universidad Carlos III de Madrid  
Santillana Formación

Para más información, contacta con nosotros:  
Instituto Universitario de Posgrado  
c/ Torrelaguna, 60  
28043 Madrid (España)  
Teléfono: 902 215 512  
Fax: +34 91 744 93 02  
e-mail: info@iup.es  
[www.iup.es](http://www.iup.es)

### Sedes del IUP en EL MUNDO

**ARGENTINA**  
c/ Torrelaguna, 60  
28043 Madrid (España)  
Teléfono: 902 215 512  
Fax: +34 91 744 93 02

**COLOMBIA**  
Calle 73, n.º 7-31 Piso 8 Torre B  
Edificio el Camino.  
PBX 3132070  
**SANTA FE DE BOGOTÁ**  
Teléfono: +571 32 21 317  
Fax: +571 31 32 070 Ext. 117

**COSTA RICA**  
La Uruca, 200 m. oeste del edificio  
de Aviación Civil n.º 78, 1150  
**SAN JOSÉ DE COSTA RICA**  
Teléfono: +506 220 42 42  
Fax: +506 220 13 20 / 220 20 02

**CHILE**  
Dr. Aníbal Ariztia 1444-Providencia  
**SANTIAGO DE CHILE**  
Teléfono: +562 38 43 070 / 38 43 079  
Fax: +562 38 43 010

**ECUADOR**  
Avda. República de El Salvador, 1058  
y NNUU Edif. Fontana  
**QUITO**  
Teléfono: +593 2 244 54 90 / 244 36 29  
Fax: Ext 115

**ESPAÑA**  
c/ Torrelaguna, 60  
28043 Madrid (España)  
Teléfono: 902 215 512  
Fax: +34 91 744 93 02

**EL SALVADOR**  
c/ Siemens, 48  
Zona Industrial Santa Elena  
Antiguo Custatlán  
**LA LIBERTAD**  
Teléfono: +503 227 85 118 / 227 85 155  
Fax: +503 2278 60 66

**GUATEMALA**  
7.ª Avda. 11-11 Zona 9  
**GUATEMALA, C.A.**  
Teléfono: +502 24 29 43 31 / 43 32  
Fax: +502 242 94 343

**HONDURAS**  
Col. Lomas de Tepeyac - Boulevard  
Juan Pablo II - Contiguo a Banco Cuscatlán  
Casa 1626  
**TEGUCIGALPA M.D.C**  
Teléfono: +504 239 27 53  
Fax: +504 239 98 84

**MÉXICO**  
Avda. Universidad, 767  
Colonia del Valle, 03100  
**MÉXICO D.F.**  
Teléfono: +525 55 420 75 43  
Fax: +525 55 420 75 45

**NICARAGUA**  
Universidad del Valle de Nicaragua  
Rotonda del Periodista 25vrs al Sur  
**MANAGUA**  
Teléfono: +505 278 86 26 / 86 34 / 87 16

**PANAMÁ**  
Urbanización Industrial Orillac  
Vía Transmítica, calle segunda, local 9  
**CIUDAD DE PANAMÁ**  
Teléfono: +507 261 29 95 / 800 14 85  
Fax: +507 261 23 66

**PARAGUAY**  
Venezuela, 276, entre Mariscal López y España  
**ASUNCIÓN**  
Teléfono: +595 21 202 942  
Fax: +595 213 294 / 214 983

**PERÚ**  
Avda. Primavera 2160 - Surco, 33  
**LIMA**  
Teléfono: +511 313 4578 / 313 4572  
Fax +511 313 40 01

**PORTUGAL**  
Formedia.  
Rua Padre Américo, 12 - 1 1600  
**LISBOA**  
Teléfono: +351 21 716 21 92 / 99  
Fax: +351 21 716 22 23

**REPÚBLICA DOMINICANA**  
C/ Juan Sánchez Ramírez, 9, entre calles Socorro  
Sánchez y Benito Condición Gazcúe  
**SANTO DOMINGO, D.N.**  
Teléfono: +001 809 682 1382  
Fax: +001 809 689 1022

**URUGUAY**  
Constitución 1889, 11800  
**MONTEVIDEO**  
Teléfono: +5982 402 73 42  
Fax: +5982 401 51 86



ENTIDADES COLABORADORAS



MÁSTER  
EN  
DIRECCIÓN  
Y GESTIÓN  
TURÍSTICA



 **iup** instituto  
universitario  
de posgrado

Universidad de Alicante  
Universidad Autónoma de Barcelona  
Universidad Carlos III de Madrid  
Santillana Formación



## CÓMO FUNCIONA UN MÁSTER ON LINE

### Sistema de enseñanza innovador

La metodología de formación on line del IUP se basa en un modelo activo, participativo y colaborativo. Los contenidos se articulan en escenarios basados en situaciones reales o hipotéticas con problemas prácticos de la vida profesional ante los que el alumno debe aplicar estrategias y tomar decisiones. Las estrategias van acompañadas de materiales teóricos seleccionados por su calidad y de comentarios de expertos en la materia. El objetivo es dotar a los alumnos de conocimientos profesionales, pero también de habilidades y destrezas que los capaciten para un mejor desempeño profesional.

### Servicio integral al alumno

La impartición es asíncrona, no requiere la fijación de horarios, aunque sí de calendario, debido a la estructura modular y secuencial de los contenidos y a la limitación de la duración del máster.

Es muy importante el apoyo permanente de los profesores, expertos que resuelven dudas, corrigen las actividades y orientan el aprendizaje. También hay recursos de apoyo: biblioteca virtual, enlaces, plantillas, modelos, glosarios, vídeos y audios.

### Dinamismo tecnológico

La formación a través de Internet supone un giro de 180° respecto a la tradicional, e incluso respecto a la formación a distancia, basada en los manuales, las fotocopias y el teléfono. El tiempo y el espacio ya no son las variables más importantes en el aprendizaje. El peso recae en los factores como el apoyo constante al alumno o la interactividad de los contenidos, dos de sus principales características, que permiten hablar no de una formación a distancia, sino de una formación que elimina distancias.

### Flexibilidad para comunicarse

En el medio virtual, la comunicación es más próxima y personalizada. El alumno se siente persona, no número. No hay colas delante del departamento en reducidas franjas horarias, ni tampoco hay que levantar la mano entre decenas de personas para aclarar una duda. El profesor está a disposición permanente del alumno, que se siente libre de preguntar y de compartir sus experiencias con el resto de sus compañeros.

### Exigencia formativa

El contenido formativo es más dinámico, en tres sentidos: dinamismo audiovisual, lo que significa ver y oír opiniones y procesos a los que no llegamos desde la silla del aula; interactividad, o capacidad de poner en práctica de forma inmediata lo que estamos aprendiendo; y actualidad de los contenidos, la posibilidad de incorporar lo último, lo más novedoso, sin necesidad de que salga al mercado como publicación.



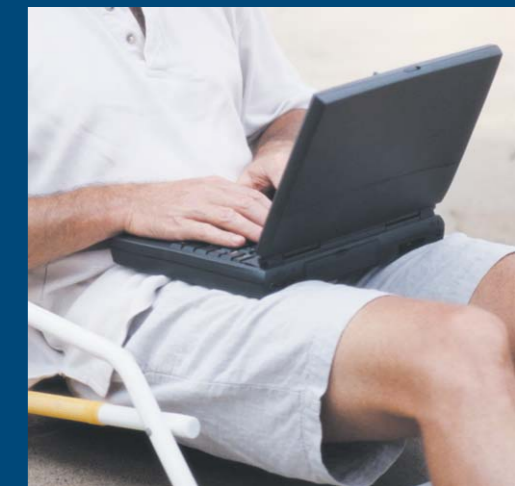
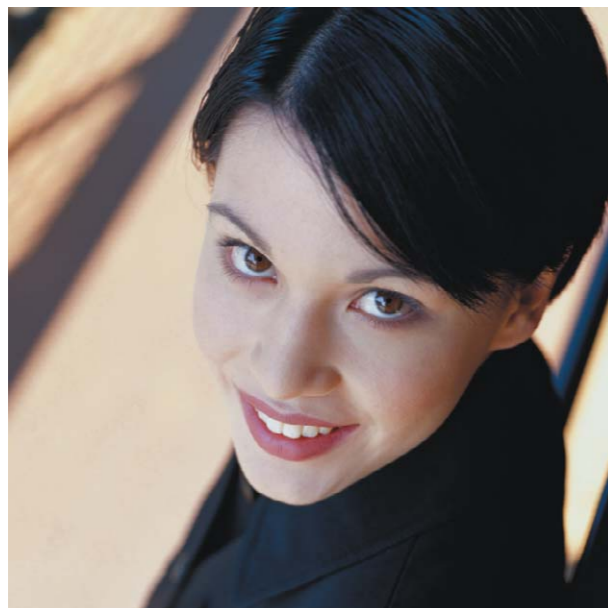
## MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA

El volumen de negocio generado por el turismo y las expectativas de crecimiento futuro han permitido que se otorgue a esta actividad el calificativo de "primera industria del siglo XXI". Esta actividad es un fiel reflejo de los procesos de terciarización y globalización económica actuales, con una contribución creciente a la generación de renta y empleo. La vertiginosa evolución del mercado turístico requiere la adaptación de empresas y destinos tradicionales y genera nuevas oportunidades de negocio.

Este contexto demanda la permanente actualización de profesionales, a la vez que genera nuevas tareas e, incluso, perfiles laborales, que requieren una formación adaptada a los requerimientos de la evolución del mercado, así como suficientemente especializada en las especificidades de la actividad turística, tanto desde el punto de vista de la empresa como de los organismos públicos vinculados al turismo.

El Máster en Dirección y Gestión Turística responde a esta necesidad mediante un programa formativo orientado a profesionales que aspiran a asumir nuevas responsabilidades, a emprendedores que quieren hacer realidad un proyecto de empresa, o a titulados universitarios deseosos de desarrollar su actividad profesional en el campo del turismo.

La vertiginosa evolución del mercado turístico requiere la adaptación de empresas y destinos tradicionales y genera nuevas oportunidades de negocio



## PROGRAMA

### MÓDULOS TRONCALES OBLIGATORIOS EN LOS DOS ITINERARIOS

#### ■ Estructura del mercado turístico

- Turismo internacional: estructura y prospectiva.
- Turismo y desarrollo económico.
- Política y organizaciones turísticas.
- Planificación, diseño y desarrollo de destinos y productos turísticos.
- Información, promoción y comercialización de destinos y productos turísticos.

#### ■ Dirección estratégica de la empresa turística

- Análisis externo en el sector turístico.
- Análisis interno de la empresa turística.
- Estrategia competitiva de la empresa turística.
- Estrategia de integración vertical en el sector turístico.
- Estrategia de diversificación de la empresa turística.
- Estrategia de internacionalización de la empresa turística.
- Fusiones y adquisiciones de empresas turísticas.
- Estrategia de cooperación entre empresas turísticas.
- Implantación de la estrategia en la empresa turística: el Cuadro de Mando Integral.

#### ■ Marketing e investigación de mercados turísticos

- Comportamiento del turista.
- Segmentación y posicionamiento turístico.
- El producto turístico y la fijación de precios.
- Intermediación y promoción turística.
- Planificación estratégica de destinos turísticos.
- Investigación de mercados turísticos.

#### ■ Gestión financiera de la empresa turística

- Proyectos de inversión: valoración y selección.

- Las fuentes de financiación y sus costes.
- Análisis económico-financiero de empresas turísticas.
- Planificación financiera de la empresa turística.

#### ■ Gestión de los recursos humanos en turismo

- Los recursos humanos como elemento estratégico de la empresa turística.
- Planificación de recursos humanos.
- Contratación.
- Formación y desarrollo.
- Evaluación del rendimiento y retribución.
- Habilidades directivas.

#### ■ Nuevas Tecnologías y turismo

- Aplicaciones de las bases de datos a la gestión turística.
- Diseño, promoción y publicidad de sitios web turísticos.
- Servicios telemáticos de información y reservas: GDS y CRS.
- El negocio electrónico en el turismo.
- Software para la gestión y dirección de empresas hoteleras y de intermediación turística.

#### ■ Gestión de la calidad y el medio ambiente en empresas turísticas

- Excelencia en la gestión de empresas turísticas.
- Certificación del sistema de gestión de la calidad.
- Gestión sostenible de empresas turísticas.
- Certificación del sistema de gestión medioambiental.

#### ■ Gestión de empresas y complejos de ocio y turismo

- La gestión de empresas de ocio.
- La gestión de buques con fines turísticos.
- Los cruceros turísticos.
- El chárter náutico.
- Ocio, deporte y turismo.
- Gestión de instalaciones náuticas de recreo.

- Gestión de campos de golf.
- Gestión de parques de ocio.

### MÓDULOS DE LA ESPECIALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS (A)

#### ■ Dirección y gestión hotelera

- La empresa hotelera: organización y equipamientos.
- Gestión de reservas.
- Procesos de atención al cliente y control de la producción.
- Organización y planificación del área de pisos y limpieza.
- Procesos de compras, almacenamiento y transformación.
- Restauración: diseño de la oferta y procesos de servicio.

#### ■ Dirección y gestión de empresas mayoristas y de intermediación turística

- Intermediación y distribución.
- Economía y modelo de negocio.
- Tecnología de la distribución.
- Planteamientos estratégicos.

#### ■ Creación de empresas turísticas

- Desarrollo de la idea de negocio.
- Plan de empresa.
- Análisis estratégico de la nueva empresa.
- Planes operativos I.
- Planes operativos II.

### MÓDULOS DE LA ESPECIALIDAD EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS (B)

#### ■ Planificación y gestión de destinos turísticos

- Criterios e instrumentos de ordenación y planificación del destino turístico.
- Diseño de un plan de sostenibilidad para el destino.
- Creación de un organismo de gestión del turismo.
- Desarrollo de las funciones de liderazgo en el destino.

### ■ Turismo y gestión del patrimonio natural y cultural

- La planificación y creación de productos de ocio y turismo en la naturaleza.
- La promoción y comercialización de los productos turísticos de naturaleza.
- La adecuación de un recurso patrimonial como producto turístico.

- Diseño de estrategias de actuación turística para un destino cultural.

#### ■ Gestión de eventos

- Prepararse para el evento: la investigación y el diseño.
- Planificación y coordinación del evento: elementos clave.

- Gestión económica y legal: herramientas clave en la gestión de eventos.
- Técnicas de evaluación de eventos.
- Gestión de proyectos. Introducción a Microsoft Project 2002.

## EQUIPO ACADÉMICO

### DIRECCIÓN DEL MÁSTER

#### Dr. Juan Luis Nicolau Gonzálbez

- Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante.

**Jordi Calabuig.** Profesor de la Escuela Universitaria de Turismo y Ocio de la Universitat Rovira i Virgili (Tarragona).

**Dr. Salvador Anton Clavé.** Director de la Escuela Universitaria de Turismo y Ocio de la Universitat Rovira i Virgili (Tarragona).

**Dr. Enrique Claver Cortés.** Catedrático del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Dr. Manuel de la Calle Vaquero.** Profesor, Centro de Estudios Superiores Felipe II, Universidad Complutense de Madrid.

**José María de Juan Alonso.** Profesor de las Escuelas de Turismo de la Universidad de Alcalá de Henares y de la Universidad de Valladolid. Presidente de la Sociedad Española de Ecoturismo.

**Dra. Soledad Morales Pérez.** Profesora, Escuela Universitaria de Turismo y Gestión Hotelera, Universidad Autónoma de Barcelona.

**Dra. María García Hernández.** Profesora, Facultad de Geografía e Historia, Universidad Complutense de Madrid.

**Dr. Francisco García Lillo.** Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Dr. José Luis Gascó Gascó.** Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Felipe González Abad.** Director General de Savia Amadeus.

**Dr. Antonio Guevara Plaza.** Profesor Titular del Departamento de Lenguajes y Ciencias de la Computación, Universidad de Málaga.

**Camino Herreros.** Adjunta a la Dirección de los Parques Aqualandia y Mundomar (Benidorm).

**Dr. Francisco Llopis Vañó.** Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Dr. Bartolomé Marco Lajara.** Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Javier Marroquín Elorza.** Golf & SPA Bonalba, Alicante.

**Luis Méndez Jareño.** Subdirector de Golf & SPA Bonalba, Alicante.

**Dr. Diego Quer Ramón.** Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Francisco J. Martín Pérez.** Profesor del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Francisco Juan Martínez.** Técnico de la Agencia Valenciana del Turismo.

**Francisco Merino García.** Profesor de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Alicante.

**Dr. José Francisco Molina Azorín.** Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Dr. Juan Luis Nicolau Gonzálbez.** Profesor de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de Alicante.

**Dr. Diego Quer Ramón.** Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Dr. Vicente Sabater Sempere.** Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Miguel Sánchez Romero.** Profesor, Escuela Universitaria de Turismo y Gestión Hotelera, Universidad Autónoma de Barcelona, Consultor de empresas turísticas.

**Ricardo Sellers Rubio.** Profesor de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de Alicante.

**Dr. Juan José Tarí Guilló.** Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Dra. Mercedes Úbeda García.** Profesora Titular del Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

**Joaquín Valera.** Director de Aqualandia y Mundomar (Benidorm).

## CARACTERÍSTICAS

### Titulación

Máster en Dirección y Gestión Turística.  
Título emitido conjuntamente por la Universidad de Alicante, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Carlos III de Madrid.

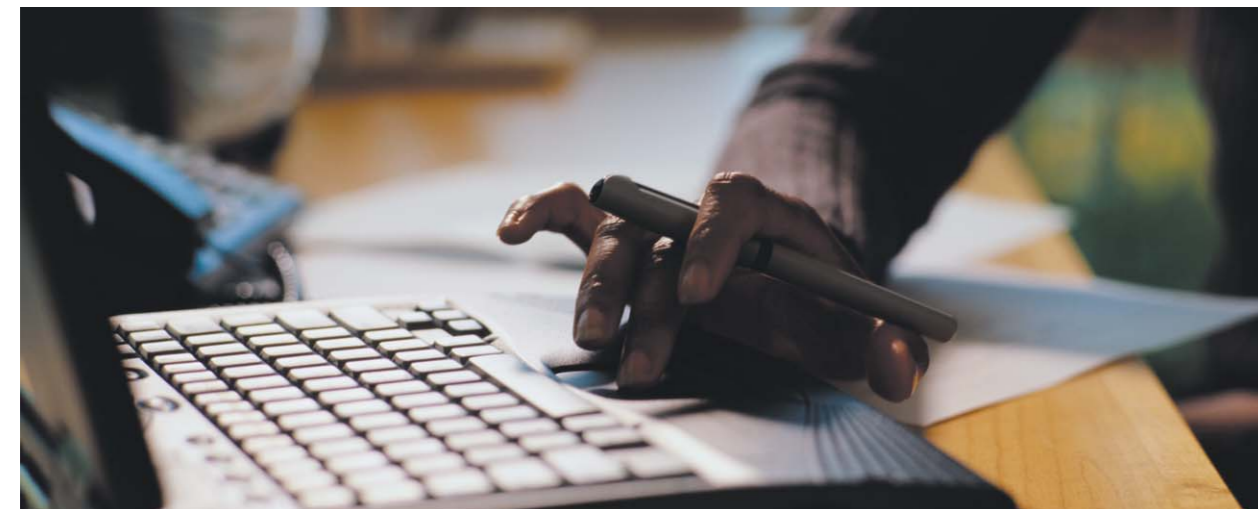
### Dirigido a

- Profesionales con experiencia en el ámbito turístico que quieran promocionar en su ámbito laboral.
- Titulados universitarios que quieran orientar su carrera laboral hacia el ámbito de la gestión y dirección de empresas turísticas.

### Metodología

Antes de comenzar el programa académico, el alumno realiza un curso de toma de contacto con el campus virtual, que le permite familiarizarse con la forma de trabajo en ese entorno y facilitarle el uso de las distintas herramientas de colaboración y comunicación.

El programa se desarrolla en un entorno virtual donde el alumno resuelve los casos prácticos que se le plantean, interactuando con sus compañeros a través de los foros y el correo web y consultando cualquier duda a los profesores.



Asimismo, el programa integra gradualmente los documentos y herramientas necesarias para cada tarea, con el fin de facilitar al alumno la resolución de los casos.

El aprendizaje es progresivo y la evaluación es continua: se realiza al final de cada ciclo de trabajo por el profesor, quien tendrá en cuenta no sólo el trabajo individual de cada alumno, sino también su participación en las actividades de grupo.

### Evaluación

- La calificación se obtiene a partir de:
- Realización de las tareas planteadas en cada módulo.
  - La participación en foros de debate y simulaciones.
  - Participación en foros de debate, trabajos en grupo y simulaciones.
  - Examen final presencial.

### Duración

El Máster se realiza a lo largo de un curso académico de doce meses de duración, con un total de 73 créditos ECTS.

## OBJETIVOS DEL IUP

El Instituto Universitario de Posgrado es una escuela de negocios promovida por tres universidades públicas de prestigio: la Universidad de Alicante, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Carlos III de Madrid, y por Santillana Formación, empresa del Grupo Santillana especializada en la formación de adultos a través de Internet.

La existencia de una empresa formada por tres universidades públicas y un grupo privado de educación y comunicación es una iniciativa sin precedentes en España, necesaria para dar una respuesta eficaz y ágil a los cambios que las nuevas tecnologías están introduciendo en la sociedad y, muy especialmente, en el mundo de la empresa y en el de la formación.

La proyección del IUP es la de una institución universitaria de alto prestigio académico en el mundo de habla castellana, con una clara orientación latinoamericana, capaz de dar una respuesta global en materia de posgrado a las demandas de la sociedad, las empresas y los profesionales.

Como institución universitaria de alta calidad, el IUP se distingue por la máxima prioridad que concede a la exigencia académica, el rigor científico de los contenidos y su dimensión práctica, la adecuación metodológica, la actualización, la calidad docente y la participación de profesionales de empresas y organizaciones del sector correspondiente.

Es una iniciativa necesaria para dar una respuesta eficaz y ágil a los cambios que las nuevas tecnologías están produciendo en la sociedad y, muy especialmente, en el mundo de la empresa y en el de la formación

