

Maestría Oficial Universitaria

Dirección de Hoteles

Nº de RVOE: 20252885

Aval/Membresía



tech
universidad



Nº de RVOE: 20252885

Maestría Oficial Universitaria Dirección de Hoteles

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **2 años**

Fecha acuerdo RVOE: **02/09/2025**

Acceso web: www.techtitute.com/mx/escuela-de-negocios/maestria-universitaria/maestria-universitaria-direccion-hoteles

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Convalidación
de asignaturas

pág. 28

05

Objetivos docentes

pág. 34

06

Salidas profesionales

pág. 40

07

Idiomas gratuitos

pág. 44

08

Metodología de estudio

pág. 48

09

Cuadro docente

pág. 58

10

Titulación

pág. 78

11

Homologación del título

pág. 82

12

Requisitos de acceso

pág. 86

13

Proceso de admisión

pág. 90

01

Presentación del programa

La Dirección de Hoteles se ha convertido en un campo estratégico dentro del sector turístico, enfrentando constantes transformaciones impulsadas por la globalización, las nuevas tecnologías y las demandas cambiantes de los consumidores. En este contexto, la gestión eficiente y la capacidad de innovación se presentan como factores clave para garantizar la competitividad y sostenibilidad de los establecimientos hoteleros. Por eso, los expertos necesitan manejar las estrategias más modernas para brindar experiencias de primera calidad y garantizar la satisfacción de los clientes. Con esta idea en mente, TECH presenta una innovadora titulación universitaria centrada en herramientas de vanguardia para optimizar la gestión hotelera. Todo ello, a partir de una flexible modalidad totalmente en línea.

*Este es el
momento, te
estábamos
esperando*



“

Un programa exhaustivo y 100% en línea, exclusivo de TECH y con una perspectiva internacional respaldada por nuestra afiliación con Business Graduates Association”

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo internacional ha alcanzado los 1.300 millones de llegadas en los últimos años, representando un aumento del 34%. Este crecimiento ha impulsado la expansión del sector hotelero, que genera más de 330 millones de empleos directos e indirectos a nivel global. En este escenario, la Dirección de Hoteles cobra especial relevancia como disciplina estratégica para garantizar la calidad del servicio, la eficiencia operativa y la sostenibilidad. De ahí la importancia de que los profesionales dispongan de un conocimiento holístico relativo a la gestión integral de establecimientos hoteleros.

En este marco, TECH ha creado una pionera Maestría Oficial Universitaria en Dirección de Hoteles. Concebido por auténticas referencias en el sector, el itinerario académico profundizará en materias que van desde la gestión estratégica de establecimientos hoteleros y la innovación en el sector turístico, hasta el liderazgo de equipos. Asimismo, el temario brindará las claves para manejar herramientas tecnológicas de vanguardia como CMR o *Revenue Management Systems*. En sintonía con esto, los materiales didácticos ofrecerán una variedad de estrategias para optimizar la experiencia del cliente y mejorar la eficiencia operativa. De este modo, los profesionales desarrollarán habilidades avanzadas para liderar con eficacia entornos altamente competitivos, tomar decisiones estratégicas basadas en datos y anticiparse a las tendencias del mercado turístico global.

Por otro lado, este programa universitario se desarrollará bajo un modelo 100% en línea y se respaldará en la disruptiva metodología del *Relearning* para garantizar una capacitación progresiva. Además, se incluirán unas intensivas *Masterclasses* a cargo de unos reconocidos Directores Invitados Internacionales.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de **Business Graduates Association (BGA)**, el alumno podrá acceder a recursos exclusivos y actualizados que fortalecerán su formación continua y su desarrollo profesional, así como descuentos en eventos profesionales que facilitarán el contacto con expertos del sector. Además, podrá ampliar su red profesional, conectando con especialistas de distintas regiones, favoreciendo el intercambio de conocimientos y nuevas oportunidades laborales.





“

*Unos prestigiosos Directores
Invitados Internacionales
ofrecerán unas exclusivas
Masterclasses relacionadas
con las últimas tendencias
en la Dirección de Hoteles”*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

Te damos +

“

*Estudia en la mayor universidad digital
del mundo y asegura tu éxito profesional.
El futuro empieza en TECH”*

La mejor universidad en línea del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad en línea del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistuba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien en línea y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.


La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje en línea, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia en línea única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad en línea oficial de la NBA

TECH es la universidad en línea oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

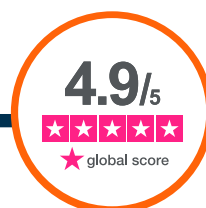
Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

Los materiales didácticos han sido desarrollados por un equipo de expertos en Gestión Hotelera y Turismo. Gracias a ello, el programa universitario ofrecerá un enfoque práctico y actualizado que les permitirá a los profesionales comprender en profundidad los distintos aspectos de la Dirección hotelera. A su vez, el temario abarcará desde las bases de la gestión operativa o financiera, hasta el marketing estratégico. De este modo, los egresados manejarán herramientas innovadoras para optimizar la rentabilidad y mejorar la experiencia del huésped.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*





“

*Mediante este completo temario
analizarás las tendencias del turismo
internacional para tomar decisiones
estratégicas basadas en datos”*

Además de los contenidos disruptivos del plan de estudios, este programa se impartirá en una metodología 100% en línea, que facilita el aprendizaje flexible. Esto se completará mediante actividades y ejercicios, acceso a material complementario, vídeos in focus, clases magistrales y presentaciones multimedia, para hacer sencillo lo más complejo y establecer una dinámica de trabajo que permita al estudiante la correcta adquisición de competencias.

“

El sistema Relearning te permitirá capacitarte con menor esfuerzo y mayor rendimiento. ¡Te beneficiarás de las mejores herramientas académicas!”

Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría Oficial Universitaria se ofrece 100% en línea, por lo que el alumno podrá cursarlo desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su *smartphone*. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a Internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico, gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.



En esta Maestría con RVOE, el alumnado dispondrá de 11 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 2 años de estudio.

Asignatura 1	Estructura de mercados turísticos
Asignatura 2	Canales de distribución turística
Asignatura 3	Dirección hotelera y restauración
Asignatura 4	Gestión de la calidad e innovación en turismo
Asignatura 5	Dirección de operaciones turísticas
Asignatura 6	Derecho y legislación turística
Asignatura 7	Organización de congresos, eventos y protocolo
Asignatura 8	Introducción a la organización y gestión de empresas
Asignatura 9	Dirección comercial y mercadotecnia
Asignatura 10	Fundamentos de contabilidad
Asignatura 11	Metodología de la investigación

Así, los contenidos académicos de estas asignaturas abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1. Estructura de mercados turísticos

- 1.1. Introducción al turismo
 - 1.1.1. Concepto de turismo, origen y evolución
 - 1.1.2. Definiciones de turismo
 - 1.1.3. Tipos de turismo
 - 1.1.4. Ciclo de vida del producto turístico
 - 1.1.5. Turismo sostenible
- 1.2. El turismo en el tiempo
 - 1.2.1. Historia del turismo hasta el Siglo XX
 - 1.2.2. El turismo contemporáneo (Siglos XX y XXI)
 - 1.2.3. Evolución del turismo
- 1.3. Planificación turística
 - 1.3.1. El proceso de la planificación del espacio turístico
 - 1.3.2. Instrumentos de planificación turística
 - 1.3.3. La sostenibilidad como criterio de la planificación turística
- 1.4. Economía del turismo
 - 1.4.1. Análisis de precios y mercados
 - 1.4.2. Teoría del comportamiento del consumidor
 - 1.4.3. Proceso de producción turístico
 - 1.4.4. Balanza de pagos turística - entrada de divisas
 - 1.4.5. Impacto económico
- 1.5. Flujos turísticos
 - 1.5.1. Flujos turísticos internacionales
 - 1.5.2. Turismo en México y Latinoamérica
 - 1.5.3. Destinos turísticos y mercados emisores
- 1.6. Demanda turística
 - 1.6.1. El cálculo de la demanda turística
 - 1.6.2. Turismo receptor
 - 1.6.3. Turismo emisor
 - 1.6.4. Factores condicionantes de la demanda turística
 - 1.6.5. Estacionalidad de la demanda
 - 1.6.6. Tendencias en la demanda turística
- 1.7. La oferta turística
 - 1.7.1. Análisis de la oferta turística
 - 1.7.2. Oferta de recursos turísticos: naturales y culturales
 - 1.7.3. La oferta turística en relación con las innovaciones tecnológicas: nuevos modelos de negocio
 - 1.7.4. Turismo sostenible aplicado a la oferta turística
- 1.8. La empresa turística
 - 1.8.1. Concepto de empresa turística
 - 1.8.2. Clases de empresas turísticas
 - 1.8.3. El entorno de la empresa turística
- 1.9. Introducción a los principales subsectores turísticos
 - 1.9.1. Sector hotelero
 - 1.9.2. Sector de la restauración
 - 1.9.3. Agencias de viajes y touroperadores
 - 1.9.4. Transporte aéreo
 - 1.9.5. Servicios complementarios
- 1.10. Estructura del mercado turístico
 - 1.10.1. Estructura del mercado turístico mundial: la globalización
 - 1.10.2. Estructura del mercado turístico internacional
 - 1.10.3. Estructura del mercado turístico nacional
 - 1.10.4. Estructura del mercado turístico regional

Asignatura 2. Canales de distribución turística

- 2.1. Distribución turística
 - 2.1.1. Especificidad del sector turístico
 - 2.1.2. El nuevo consumidor
 - 2.1.3. Factores en la distribución turística actual: las fuerzas de la competencia
- 2.2. Introducción a la distribución turística
 - 2.2.1. Mercadotecnia turística: los intermediarios comerciales
 - 2.2.2. El sistema de distribución del sector turístico
 - 2.2.3. Funciones de los intermediarios en el sistema de distribución turística
- 2.3. Los canales de distribución en el sector turístico
 - 2.3.1. Naturaleza de los canales de distribución
 - 2.3.2. Funciones de los canales de distribución
 - 2.3.3. Criterios de selección de canales de distribución
 - 2.3.4. Tipología de intermediarios en el sector turístico
- 2.4. Los intermediarios comerciales
 - 2.4.1. Las agencias de viajes en la distribución turística
 - 2.4.2. Tipología de agencias de viajes
 - 2.4.3. Cambios en el posicionamiento de las agencias de viajes
- 2.5. Los recorrido-operadores en la distribución turística
 - 2.5.1. El papel de los recorrido-operadores en la distribución turística
 - 2.5.2. Tipología de los recorridos-operadores
 - 2.5.3. Situación actual
- 2.6. Los sistemas de distribución global y los sistemas centrales de reserva en la distribución turística
 - 2.6.1. El papel de los sistemas de distribución global y los sistemas centrales de reserva en la distribución turística
 - 2.6.2. Los sistemas de distribución global como paradigma de la situación actual
 - 2.6.3. Métodos de distribución turística en redes sociales

- 2.7. Las centrales de reservas en la distribución turística
 - 2.7.1. El papel de las centrales de reservas en la distribución turística
 - 2.7.2. Tipología de centrales de reservas
 - 2.7.3. Situación actual
- 2.8. La intermediación turística en la actualidad
 - 2.8.1. El impacto del comercio electrónico en la estructura de la industria turística
 - 2.8.2. Repercusiones de las nuevas tecnologías en los proveedores turísticos
 - 2.8.3. Los intermediarios turísticos: retos y estrategias ante el comercio electrónico
 - 2.8.4. El consumidor turístico ante el comercio electrónico
- 2.9. La integración en la distribución turística
 - 2.9.1. Modalidades en la integración empresarial
 - 2.9.2. La integración vertical en el sector turístico
 - 2.9.3. La integración horizontal en el sector turístico
- 2.10. Estrategias en la intermediación de los servicios de ocio-turismo
 - 2.10.1. Las variables estratégicas: orientación al proveedor y al cliente
 - 2.10.2. Orientación al proveedor
 - 2.10.3. Orientación al cliente
- 2.11. Impacto de la tecnología y la distribución turística
 - 2.11.1. Comercio electrónico y la industria turística
 - 2.11.2. Pros del uso de nuevas tecnologías en los proveedores turísticos
 - 2.11.3. Los intermediarios turísticos: retos y estrategias ante el comercio electrónico
 - 2.11.4. El consumidor turístico y el comercio electrónico

Asignatura 3. Dirección hotelera y restauración

- 3.1. Los alojamientos ayer y hoy
 - 3.1.2. Historia Antigua
 - 3.1.3. Desde la Edad Media al Siglo XXI
 - 3.1.4. El sector hotelero en la actualidad

- 3.2. Alojamientos turísticos
 - 3.2.1. Concepto y clases de alojamientos turísticos
 - 3.2.2. Establecimientos extrahoteleros
 - 3.2.3. Establecimientos hoteleros
 - 3.2.4. Sistema de clasificación hotelera en México
 - 3.2.5. Sistema de clasificación hotelera en Latinoamérica
- 3.3. Estructura de las empresas hoteleras
 - 3.3.1. Organigrama de un hotel
 - 3.3.2. Tipología de Hoteles
 - 3.3.3. Cadenas hoteleras
 - 3.3.4. Operaciones básicas de la gestión hotelera
 - 3.3.5. Análisis departamental del hotel
- 3.4. Departamentos de recepción, pisos y mantenimiento
 - 3.4.1. Departamentos de recepción y conserjería
 - 3.4.2. Departamentos de pisos y lavandería
 - 3.4.3. Departamento de mantenimiento
- 3.5. Dirección comercial
 - 3.5.1. Departamento comercial
 - 3.5.2. Departamento de comunicación
 - 3.5.3. Gestión de los ingresos
 - 3.5.4. Tecnología aplicada a las empresas de alojamiento
- 3.6. Departamento de administración y contabilidad
 - 3.6.1. Presupuestos y control presupuestario
 - 3.6.2. Análisis de inversiones
 - 3.6.3. Ratios hoteleros
- 3.7. Departamento de restauración dentro del alojamiento turístico
 - 3.7.1. Restaurante, cocina y economato
 - 3.7.2. Gastronomía y enología
 - 3.7.3. Aprovisionamiento y almacenaje
 - 3.7.4. Organización y servicio en cocina
 - 3.7.5. Organización y servicio en sala

- 3.8. Las empresas de restauración
 - 3.8.1. Concepto y modalidades de empresas de restauración
 - 3.8.2. Producto e instalaciones de las empresas de restauración
 - 3.8.3. Los costes en la restauración
 - 3.8.4. Los subsistemas real o físico y de financiación en las empresas de restauración
 - 3.8.5. Administración de las empresas de restauración y gestión del personal
- 3.9. Servicios de restauración
 - 3.9.1. Conceptos del servicio de restaurante
 - 3.9.2. Relación entre mercado, concepto y menú
 - 3.9.3. Conceptos comerciales del servicio de restaurante
 - 3.9.4. Restaurantes comerciales dentro de otros negocios
- 3.10. Planificación de ventas y reuniones en la restauración
 - 3.10.1. Mercadotecnia
 - 3.10.2. Venta a grupos
 - 3.10.3. Servicio a grupos: abastecimiento/ banquetes
 - 3.10.4. Ventas individuales
 - 3.10.5. Tendencias

Asignatura 4. Gestión de la calidad e innovación en turismo

- 4.1. Gestión de la calidad en el servicio
 - 4.1.1. Calidad de los servicios
 - 4.1.2. Características y dimensiones de la calidad del servicio
 - 4.1.3. La calidad desde la perspectiva de los clientes. Niveles de calidad
- 4.2. Gestión de la calidad turística
 - 4.2.1. Conceptos básicos sobre gestión de calidad
 - 4.2.2. Los sistemas de gestión de la calidad
 - 4.2.3. La calidad como herramienta de gestión
 - 4.2.4. Sistemas de gestión de la calidad
 - 4.2.5. Sistemas de gestión de calidad total
 - 4.2.6. Normalización de la calidad nacional e internacional



- 4.3. Introducción a la calidad: conceptos y evolución
 - 4.3.1. La calidad del servicio en el sector turístico
 - 4.3.2. Conceptos de calidad
 - 4.3.3. Evolución del concepto de calidad
 - 4.3.4. Dimensiones y principios del concepto de calidad
 - 4.3.5. El proceso de calidad en los clientes internos y externos
- 4.4. Principales teorías de la calidad
 - 4.4.1. Las teorías de calidad aplicadas al sector turístico
 - 4.4.2. Gestión de la calidad total (Deming)
 - 4.4.3. Gestión de la calidad total (Juran)
 - 4.4.4. Gestión de la calidad total (Crosby)
 - 4.4.5. Gestión de la calidad total (Feigenbaum)
 - 4.4.6. Gestión de la calidad total (Ishikawa)
 - 4.4.7. Gestión de la calidad total (Taguchi)
 - 4.4.8. Gestión de la calidad total (TQM) aplicada al sector turístico
- 4.5. Costes de calidad en las empresas turísticas
 - 4.5.1. Concepto y clasificación de costes asociados con la calidad
 - 4.5.2. Costes derivados de los fallos
 - 4.5.3. Inversión de las actividades preventivas
 - 4.5.4. Costes generados por el control y las evaluaciones
 - 4.5.5. La curva de los costes totales asociados a la calidad
 - 4.5.6. La importancia de la gestión de los costes derivados de la calidad en la empresa turística
- 4.6. Análisis, diagnóstico, planificación y control de la calidad en el turismo
 - 4.6.1. El proceso de un servicio turístico de calidad
 - 4.6.2. Diseño e implantación de un sistema de calidad en la empresa turística
 - 4.6.3. Fases del proceso de implantación de un sistema de calidad
- 4.7. Procesos de implantación de un sistema de calidad y medioambiente
 - 4.7.1. Interpretación de la norma
 - 4.7.2. Implantación de procesos y manuales de calidad
 - 4.7.3. Las herramientas de calidad
 - 4.7.4. Planes de mejora
 - 4.7.5. Auditoría interna y externa

- 4.8. Calidad turística
 - 4.8.1. La calidad en la política turística
 - 4.8.2. Sistema de calidad turística en México
 - 4.8.3. Secretaría de Turismo a través del Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística (CCNNT), sus Subcomités y Grupos de Trabajo
 - 4.8.4. Normas ISO en Calidad turística
 - 4.8.5. Normas de calidad turística internacionales
- 4.9. Gestión de la calidad en los servicios turísticos
 - 4.9.1. Calidad del servicio turístico y percepción del cliente
 - 4.9.2. Técnicas para averiguar la satisfacción del cliente
 - 4.9.3. Gestión de reputación en línea de sugerencias y reclamaciones
 - 4.9.4. SERVQUAL modelo aplicado a la empresa turística
 - 4.9.5. Modelo HOTELQUAL
- 4.10. La innovación en el sector turístico
 - 4.10.1. Gestión de la innovación
 - 4.10.2. Introducción a la innovación
 - 4.10.3. Tipos de innovación. Innovación en procesos de gestión
 - 4.10.4. Gestión de la innovación: estrategias
 - 4.10.5. Normalización en I+D+i

Asignatura 5. Dirección de operaciones turísticas

- 5.1. La empresa turística como sistema
 - 5.1.1. El universo interno y externo de la empresa
 - 5.1.2. Concepto de sistema y subsistemas
 - 5.1.3. La Producción
 - 5.1.4. Diversos enfoques del concepto de producción
 - 5.1.5. Función de producción
 - 5.1.6. Objetivos de la empresa *versus* producción
 - 5.1.7. La producción de empresas de servicios
 - 5.1.8. Industria y servicios: porqué de la diferenciación
 - 5.1.9. Cinco características de la producción en la empresa de servicios
 - 5.1.10. La producción en empresas turísticas
- 5.2. Operaciones y procesos de producción en el sector turístico
 - 5.2.1. Conceptos esenciales: operaciones, procesos, métodos, procedimientos, sistemas, modelo y previsión
 - 5.2.2. Dos variables esenciales para el turismo: espacio y tiempo
 - 5.2.3. Mapa de los cuatro factores de influencia: Entorno, establecimiento, modelo de gestión y recursos humanos
- 5.3. Procesos productivos en las empresas de transporte
 - 5.3.1. El transporte y su posicionamiento en la actividad turística
 - 5.3.2. Modalidades de empresas de transporte: aviación comercial, ferroviario, por carretera y acuático
 - 5.3.3. Las operaciones del subsector del transporte. Análisis de las principales actividades: características y peculiaridades: aéreo, ferroviario, terrestre rodado y acuático
- 5.4. Dirección de operaciones "cruceros"
 - 5.4.1. Introducción, contexto turístico. Evolución del turismo de cruceros
 - 5.4.2. Razones de la conversión en "producto turístico"
 - 5.4.3. Transporte acuático. Características. Puertos. Clases de puertos
 - 5.4.4. Modalidades y servicios en los transportes marítimos, principales compañías marítimas
 - 5.4.5. Transporte marítimo regular. Transporte discrecional o turístico
 - 5.4.6. Características del producto "cruceros", términos náuticos y clases de barcos. Características del buque "cruceros"
 - 5.4.7. Términos náuticos
 - 5.4.8. Los cruceros, características, prestaciones, reservas y tarifas
 - 5.4.9. Principales navieras, clasificación. Clasificación de las navieras
 - 5.4.10. Tendencias del turismo de cruceros
- 5.5. Procedimientos operativos para buque de "cruceros" en puerto
 - 5.5.1. Vocabulario específico
 - 5.5.2. Agentes de la navegación
 - 5.5.3. El servicio portuario al pasaje de cruceros en tránsito
 - 5.5.4. Procedimientos operativos para buques, operaciones de amarre y desamarre
 - 5.5.5. Procesos de diseño y composición de itinerario
 - 5.5.6. Canales de distribución
 - 5.5.7. Convenios marítimos internacionales, normativas

- 5.6. Dirección de operaciones “aeropuertos y líneas aéreas”
 - 5.6.1. Introducción a las actividades aéreas
 - 5.6.2. Líneas aéreas tradicionales y reducción de costes
 - 5.6.3. Operaciones aéreas- carga y descarga. Manifiestos de pasajeros
 - 5.6.4. Aeropuertos. Clasificación
 - 5.6.5. Ayudas a la navegación: rango omnidireccional de muy alta frecuencia (VOR), sistema de aterrizaje instrumentado (ILS), sistema de advertencia de la proximidad del terreno (GPWS)
 - 5.6.6. Características, términos aeronáuticos y tipos de aeronaves
 - 5.6.7. ICAO. *International Civil Aviation Organization*
 - 5.6.8. Accidentes de aviación. Operaciones de investigación. Juntas de Investigación
- 5.7. Oferta turística complementaria
 - 5.7.1. Concepto y tipologías de la oferta turística complementaria
 - 5.7.2. Oferta deportiva: estaciones de esquí, puertos deportivos y campos de golf
 - 5.7.3. Parques naturales
 - 5.7.4. Parques temáticos
 - 5.7.5. Empresas especializadas en la oferta cultural y de congresos, convenciones y ferias (MICE)
- 5.8. Procesos productivos en empresas de ocio
 - 5.8.1. Empresas de turismo deportivo: estaciones de esquí, puertos deportivos y estaciones náuticas, campos de golf
 - 5.8.2. Empresas de turismo de aventura
 - 5.8.3. Turismo en espacios naturales protegidos
 - 5.8.4. Parques temáticos
 - 5.8.5. Oferta cultural
- 5.9. Dirección de operaciones de resorts deportivos
 - 5.9.1. La industria del deporte como atractivo turístico
 - 5.9.2. Los *resorts* deportivos. Categorías
 - 5.9.3. Organización de un resort deportivo. Departamentos
 - 5.9.4. Gestión de un campo de golf: decisiones tácticas y operativas
 - 5.9.5. La importancia de la gestión del talento
 - 5.9.6. Las operaciones y los procesos del departamento de golf

- 5.9.7. Las operaciones y los procesos del departamento de fútbol
- 5.9.8. Las operaciones y los procesos del departamento de otros deportes
- 5.9.9. Mantenimiento de superficies deportivas
- 5.9.10. Gestión inteligente y sostenible del agua para superficies deportivas
- 5.10. Comercialización de resorts deportivos
 - 5.10.1. Mercadotecnia enfocada a equipos y clubes deportivos de primer nivel
 - 5.10.2. Ferias y eventos internacionales
 - 5.10.3. Redes sociales. Producción de contenido propio para eventos deportivos
 - 5.10.4. Innovación en resorts deportivos
 - 5.10.5. Operaciones en el departamento comercial de resorts deportivo
 - 5.10.6. Comercialización de campos de golf. Organización de torneos
 - 5.10.7. Comercialización de equipos de fútbol. Alojamiento, campos y alimentación
 - 5.10.8. Comercialización de otros deportes

Asignatura 6. Derecho y legislación turística

- 6.1. Introducción
 - 6.1.1. Concepto de turismo
 - 6.1.2. Concepto de derecho
 - 6.1.3. Derecho turístico
 - 6.1.4. Sujeto y objeto del turismo
- 6.2. Derecho y turismo
 - 6.2.1. Los principios generales del derecho
 - 6.2.2. Jerarquía normativa - pirámide de Kelsen
 - 6.2.3. Interacción del turismo y el derecho
 - 6.2.4. Eficacia de la ley, ignorancia de la ley y fraude a la ley
- 6.3. Características del derecho
 - 6.3.1. Fuentes del derecho
 - 6.3.2. La costumbre: concepto, requisitos y clases
 - 6.3.3. La jurisprudencia y la analogía
 - 6.3.4. Política turística

- 6.4. Instituciones fundamentales del Derecho Civil
 - 6.4.1. Derecho Civil: concepto y clases
 - 6.4.2. La persona física y jurídica
 - 6.4.3. La obligación
 - 6.4.4. Los contratos
- 6.5. Derecho mercantil y empresas de actividades turísticas
 - 6.5.1. Derecho mercantil. Concepto
 - 6.5.2. Empresas turísticas y empresario
 - 6.5.3. Constitución y liquidación de empresas
 - 6.5.4. Obligaciones y contratos mercantiles
- 6.6. La legislación turística: distribución de competencias entre el Estado y las 1Comunidades Autónomas en materia turística
 - 6.6.1. La administración turística. Funciones
 - 6.6.2. Reparto de competencias en materia de turismo
 - 6.6.3. Las competencias de las entidades locales sobre turismo
- 6.7. Tipos de hospedaje
 - 6.7.1. Introducción: concepto y clasificación de los alojamientos turísticos
 - 6.7.2. Los establecimientos hoteleros
 - 6.7.3. Bases de clasificación de los establecimientos hoteleros
 - 6.7.4. Hoteles
 - 6.7.5. Hoteles-apartamento
 - 6.7.6. Pensiones
 - 6.7.7. Campamentos de turismo
 - 6.7.8. Alojamientos rurales
 - 6.7.9. Nuevas formas de alojamiento
- 6.8. Los contratos turísticos en particular. Regulación y contenido
 - 6.8.1. Los contratos turísticos. Generalidades
 - 6.8.2. Contrato de viaje combinado
 - 6.8.3. Contrato de Adquisición de derechos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico
 - 6.8.4. Contrato de servicios sueltos
 - 6.8.5. Contrato de seguro turístico
 - 6.8.6. Contrato de hospedaje
 - 6.8.7. Contrato de gestión hotelera

- 6.9. Migración y turismo
 - 6.9.1. Extranjero, turista, migración e inmigración
 - 6.9.2. Formalidades migratorias
 - 6.9.3. Documentos de identidad de viaje
 - 6.9.4. Derecho y obligaciones de los turistas
- 6.10. Desarrollo sostenible
 - 6.10.1. Desarrollo sostenible y cuidado de recursos según la Organización Mundial del Turismo
 - 6.10.2. El turismo y los objetivos de desarrollo sostenible
 - 6.10.3. Turismo sostenible / Turismo sustentable

Asignatura 7. Organización de congresos, eventos y protocolo

- 7.1. Consideraciones generales
 - 7.1.1. El papel que desempeña el responsable de organización de eventos
 - 7.1.2. Características de las reuniones de asociaciones y empresariales
 - 7.1.3. El proceso administrativo de reuniones
- 7.2. Proceso administrativo del responsable de organización de eventos
 - 7.2.1. Previsión
 - 7.2.2. Planificación
 - 7.2.3. Organización
 - 7.2.4. Dirección
 - 7.2.5. Control
- 7.3. Planificación de eventos
 - 7.3.1. Listas de comprobación
 - 7.3.2. Áreas y etapas del registro y control
 - 7.3.3. Tipos de eventos
 - 7.3.4. Principales áreas de responsabilidad
- 7.4. El protocolo oficial
 - 7.4.1. Conceptos
 - 7.4.2. Trámites administrativos para la organización de un evento
 - 7.4.3. Tipos de eventos y análisis del mercado
 - 7.4.4. Protocolo a seguir según el evento
 - 7.4.5. Etapa posevento

- 7.5. La organización de un acto protocolario
 - 7.5.1. Fases en la organización de un acto
 - 7.5.2. Elaboración de cartelería e invitaciones
 - 7.5.3. El programa y sus elementos
- 7.6. La percepción actual de la organización de eventos, el protocolo y las relaciones institucionales
 - 7.6.1. El jefe de protocolo de una institución
 - 7.6.2. Funciones y criterios básicos en la actuación del Departamento de Producción de eventos y/o Protocolo
 - 7.6.3. Guía de Resolución de conflictos
- 7.7. La organización de eventos en las empresas
 - 7.7.1. Motivos para la aparición del protocolo de empresa
 - 7.7.2. La ordenación mixta
 - 7.7.3. Normas heredadas de las tradiciones y de la legislación
- 7.8. El manual interno de organización de eventos en la empresa
 - 7.8.1. Criterios básicos del manual de protocolo de empresa
 - 7.8.2. Responsabilidades de los participantes de la organización del evento
 - 7.8.3. Resolución de conflictos: estudio de casos
- 7.9. Organización de eventos en las universidades
 - 7.9.1. Orígenes del ceremonial universitario
 - 7.9.2. Elementos básicos de la simbología y ceremonial en las universidades
 - 7.9.3. Precedencias universitarias
- 7.10. Las comidas y banquetes
 - 7.10.1. Técnicas de organización
 - 7.10.2. Tipos de mesas y normas de comportamiento en las comidas
 - 7.10.3. Montajes y diagramas

Asignatura 8. Introducción a la organización y gestión de empresas

- 8.1. La empresa y sus elementos
 - 8.1.1. El concepto de empresa
 - 8.1.2. Funciones y clasificaciones de objetivos empresariales
 - 8.1.3. El empresariado
 - 8.1.4. Tipos de empresa

- 8.2. La empresa como sistema
 - 8.2.1. Conceptos del sistema
 - 8.2.2. Los modelos
 - 8.2.3. Subsistema de la empresa
 - 8.2.4. Subsistema de valores
- 8.3. El entorno de la empresa
 - 8.3.1. Entorno y valor
 - 8.3.2. Entorno general
 - 8.3.3. Entorno específico
 - 8.3.4. Herramientas de análisis
- 8.4. La función directiva
 - 8.4.1. Conceptos básicos
 - 8.4.2. Qué es dirigir
 - 8.4.3. La toma de decisiones
 - 8.4.4. El liderazgo
- 8.5. La planificación empresarial
 - 8.5.1. Plan empresarial
 - 8.5.2. Elementos de la planificación
 - 8.5.3. Etapas
 - 8.5.4. Herramientas de planificación
- 8.6. El control empresarial
 - 8.6.1. Conceptos, tipos y terminología
 - 8.6.2. Control de gestión
 - 8.6.3. Control de calidad
 - 8.6.4. Cuadro de mando integral
- 8.7. La organización empresarial
 - 8.7.1. Conceptos básicos
 - 8.7.2. Estructura organizativa
 - 8.7.3. Dimensiones culturales
 - 8.7.4. Modelos estructurales

- 8.8. Dirección de Recursos Humanos
 - 8.8.1. Motivación
 - 8.8.2. Reclutamiento y selección
 - 8.8.3. Formación del personal
 - 8.8.4. Evaluación del rendimiento
- 8.9. Elementos de la mercadotecnia y finanzas
 - 8.9.1. Concepto y etapas
 - 8.9.2. Mercadotecnia y mercados
 - 8.9.3. Mercadotecnia estratégica
 - 8.9.4. Relación y sinergias

Asignatura 9. Dirección comercial y mercadotecnia

- 9.1. Negociación comercial
 - 9.1.1. Fundamentos de la negociación comercial
 - 9.1.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
 - 9.1.3. Principales métodos de negociación
 - 9.1.4. El proceso negociador
- 9.2. Fundamentos de la Dirección comercial
 - 9.2.1. La función de la Dirección comercial
 - 9.2.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
 - 9.2.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
 - 9.2.4. Principales estrategias competitivas
- 9.3. Toma de decisiones en gestión comercial
 - 9.3.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
 - 9.3.2. Modelos de toma de decisiones
 - 9.3.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
- 9.4. Dirección y gestión de la red de ventas
 - 9.4.1. *Sales management*. Dirección de ventas
 - 9.4.2. Redes al servicio de la actividad comercial
 - 9.4.3. Políticas de selección y formación de vendedores
 - 9.4.4. Sistemas de remuneración de las redes comerciales propias y externas
 - 9.4.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información

- 9.5. Implementación de la función comercial
 - 9.5.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales. Descripción del puesto
 - 9.5.2. Control de la actividad comercial
 - 9.5.3. El código deontológico del personal comercial
 - 9.5.4. Cumplimiento normativo
 - 9.5.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas
- 9.6. Gestión financiera y presupuestaria
 - 9.6.1. El umbral de rentabilidad
 - 9.6.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
 - 9.6.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
 - 9.6.4. Gestión del ciclo. Rotaciones. Liquidez
 - 9.6.5. Cuenta de resultados
- 9.7. Fundamentos de mercadotecnia
 - 9.7.1. Concepto de mercadotecnia
 - 9.7.2. Elementos básicos de la mercadotecnia
 - 9.7.3. Actividades de mercadotecnia de la empresa
- 9.8. Mercadotecnia: de la idea al mercado
 - 9.8.1. El proceso de mercadotecnia
 - 9.8.2. Las ideas como oportunidades de negocio
 - 9.8.3. Mercadotecnia, impulso hacia el mercado
- 9.9. Nuevo entorno competitivo
 - 9.9.1. Concepto de entorno competitivo
 - 9.9.2. El modelo de Porter como análisis de los factores del entorno competitivo
 - 9.9.3. Nuevos factores del entorno competitivo
 - 9.9.4. El Nuevo entorno competitivo: características
- 9.10. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
 - 9.10.1. Introducción
 - 9.10.2. Tamaño muestral
 - 9.10.3. Muestreo
 - 9.10.4. Tipos de técnicas cuantitativas

- 9.11. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
 - 9.11.1. Introducción
 - 9.11.2. Tipos de investigación cualitativa
 - 9.11.3. Técnicas de investigación cualitativa
- 9.12. Segmentación de mercados
 - 9.12.1. Concepto de segmentación de mercados
 - 9.12.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
 - 9.12.3. Segmentación de mercados de consumo
 - 9.12.4. Segmentación de mercados industriales
 - 9.12.5. Estrategias de segmentación
 - 9.12.6. La segmentación con base a criterios del mercadotecnia-mix
 - 9.12.7. Metodología de segmentación del mercado
- 9.13. Tipos de comportamiento de compra
 - 9.13.1. El proceso de decisión de compra
 - 9.13.2. Las etapas en el proceso de compra
 - 9.13.3. Tipos de comportamiento de compra
 - 9.13.4. Características de los tipos de comportamiento de compra
- 9.14. Sistemas de información de mercadotecnia
 - 9.14.1. Concepto del sistema de información de mercadotecnia (SIM)
 - 9.14.2. Características del sistema de información de mercadotecnia (SIM)
 - 9.14.3. La Información en el sistema de información de mercadotecnia (SIM)
 - 9.14.4. Estructura del sistema de información de mercadotecnia (SIM)
- 9.15. Gestión de proyectos de investigación
 - 9.15.1. La Investigación de mercados como un proceso
 - 9.15.2. Etapas de planificación en la investigación de mercados
 - 9.15.3. Etapas de ejecución en la investigación de mercados
 - 9.15.4. Gestión de un proyecto de investigación
- 9.16. Inteligencia de mercados
 - 9.16.1. Concepto de inteligencia en mercadotecnia
 - 9.16.2. Áreas de inteligencia en mercadotecnia
 - 9.16.3. La vigilancia en inteligencia de mercadotecnia
 - 9.16.4. Los paneles como fuentes de información para Inteligencia en mercadotecnia

Asignatura 10. Fundamentos de contabilidad

- 10.1. Generalidades
 - 10.1.1. Origen y evolución
 - 10.1.2. Definición
 - 10.1.3. Finalidad
 - 10.1.4. Características
 - 10.1.5. Importancia
 - 10.1.6. Aplicación
 - 10.1.7. Origen y evolución de los sistemas de registro
- 10.2. Recursos y rendimientos financieros
 - 10.2.1. Definición
 - 10.2.2. Finalidad
 - 10.2.3. Clasificación
 - 10.2.4. Bienes y derechos
 - 10.2.5. Obligaciones y deudas
 - 10.2.6. Capital o patrimonio
 - 10.2.7. Ingresos, costos y gastos
- 10.3. Transacciones comerciales
 - 10.3.1. Definición
 - 10.3.2. Finalidad
 - 10.3.3. Características
 - 10.3.4. Clasificación
 - 10.3.5. Importancia
 - 10.3.6. Operaciones comerciales
 - 10.3.7. Documentos y comprobantes
- 10.4. La cuenta contable y su naturaleza
 - 10.4.1. Definición de la cuenta
 - 10.4.2. Finalidad de la cuenta
 - 10.4.3. Características de la cuenta
 - 10.4.4. Contenido de la cuenta
 - 10.4.5. Naturaleza de las cuentas de activo
 - 10.4.6. Naturaleza de las cuentas de pasivo y de capital contable
 - 10.4.7. Naturaleza de las cuentas de resultados

- 10.5. Cuentas de balance
 - 10.5.1. Definición
 - 10.5.2. Finalidad
 - 10.5.3. Características
 - 10.5.4. Cuentas de activo
 - 10.5.5. Cuentas de pasivo
 - 10.5.6. Cuentas de capital contable
 - 10.5.7. Movimientos y saldos de las cuentas contables
- 10.6. Cuentas de resultados
 - 10.6.1. Definición
 - 10.6.2. Finalidad
 - 10.6.3. Características
 - 10.6.4. Cuentas de ingresos
 - 10.6.5. Cuentas de costos
 - 10.6.6. Cuentas de gastos
 - 10.6.7. Movimientos y saldos de las cuentas contables
- 10.7. Registro contable
 - 10.7.1. Definición
 - 10.7.2. Finalidad
 - 10.7.3. Características
 - 10.7.4. Reglas del cargo y del abono y teoría de la partida doble
 - 10.7.5. Catálogo de cuentas y guía contabilizadora
 - 10.7.6. Libros contables
 - 10.7.7. Balanza de comprobación
- 10.8. Normativa aplicable al procedimiento de los estados financieros
 - 10.8.1. Definición de las normas de información financiera
 - 10.8.2. Finalidad de las normas de información financiera
 - 10.8.3. Características de las normas de información financiera
 - 10.8.4. Clasificación de las normas de información financiera
 - 10.8.5. Normas de información financiera aplicables a la contabilidad
 - 10.8.6. Normas de información financiera aplicables al estado de situación financiera
 - 10.8.7. Normas de información financiera aplicables al estado de resultados

- 10.9. Estado de resultados
 - 10.9.1. Definición
 - 10.9.2. Finalidad
 - 10.9.3. Características
 - 10.9.4. Utilidad bruta
 - 10.9.5. Gastos de operación
 - 10.9.6. Utilidad o pérdida de operación
 - 10.9.7. Llenado del formato
- 10.10. Balance general o estado de situación financiera
 - 10.10.1. Definición
 - 10.10.2. Finalidad
 - 10.10.3. Características
 - 10.10.4. Fórmulas para obtener el activo, pasivo y capital contable
 - 10.10.5. Presentación en forma de cuenta
 - 10.10.6. Presentación en forma

Asignatura 11. Metodología de la investigación

- 11.1. Fundamentos de la investigación
 - 11.1.1. ¿Qué es la investigación?
 - 11.1.1.1. Definición y concepto
 - 11.1.1.2. Importancia y propósito
 - 11.1.1.3. Tipos de investigación
 - 11.1.2. Paradigmas de investigación
 - 11.1.2.1. Positivista
 - 11.1.2.2. Constructivista
 - 11.1.2.3. Sociocrítico
 - 11.1.2.4. Interpretativo
 - 11.1.2.5. Pospositivista
 - 11.1.3. Enfoques metodológicos
 - 11.1.3.1. Cualitativo
 - 11.1.3.2. Cuantitativo
 - 11.1.3.3. Mixto

- 11.2. El problema
 - 11.2.1. Formulación del problema de investigación
 - 11.2.1.1. Identificación y delimitación del problema
 - 11.2.1.2. Construcción de preguntas de investigación
 - 11.2.1.3. Establecimiento de objetivos de investigación
 - 11.2.1.4. Hipótesis o supuesto de investigación
- 11.3. El marco teórico
 - 11.3.1. Revisión de literatura
 - 11.3.2. Desarrollo del marco conceptual
 - 11.3.3. Criterios de selección de referentes teóricos significativos y pertinentes para el objeto de estudio
 - 11.3.4. Estado del arte
 - 11.3.5. Articulación discursiva de corrientes teóricas seleccionadas con el objeto de estudio
- 11.4. El diseño metodológico
 - 11.4.1. Selección de métodos y técnicas de investigación
 - 11.4.2. Diseño de instrumentos de recolección de datos
 - 11.4.3. Muestreo y selección de la muestra
- 11.5. Recolección y análisis de datos
 - 11.5.1. Proceso de recolección de datos
 - 11.5.2. Técnicas de recolección de datos cualitativos
 - 11.5.3. Técnicas de recolección de datos cuantitativos
 - 11.5.4. Análisis de datos
 - 11.5.4.1. Análisis estadístico
 - 11.5.4.2. Análisis cualitativo
 - 11.5.4.3. Triangulación de datos
- 11.6. Herramientas avanzadas de investigación
 - 11.6.1. Software especializado
 - 11.6.1.1. Análisis estadístico con SPSS
 - 11.6.1.2. Análisis cualitativo con NVivo o Atlas.ti
 - 11.6.2. Técnicas de visualización de datos
 - 11.6.2.1. Gráficos, diagramas, mapas semánticos
- 11.7. Interpretación y presentación de resultados
 - 11.7.1. Interpretación de hallazgos
 - 11.7.1.1. Significado y relevancia de los resultados
 - 11.7.1.2. Implicaciones prácticas
 - 11.7.2. Presentación de resultados
- 11.8. Ética y aspectos legales en la investigación
 - 11.8.1. Principios éticos de investigación
 - 11.8.1.1. Consentimiento informado
 - 11.8.1.2. Confidencialidad y privacidad
 - 11.8.2. Aspectos legales
 - 11.8.3. Normativas y regulaciones
 - 11.8.4. Responsabilidad del investigador
- 11.9. Informe de investigación y la elaboración de artículo científico
 - 11.9.1. Orientación sobre la redacción del manuscrito, incluyendo la sección de introducción, metodología, resultados y discusión
 - 11.9.2. Preparación para la presentación oral del informe
 - 11.9.3. Estrategias para comunicar efectivamente los hallazgos. Respuestas a preguntas y críticas durante la defensa
 - 11.9.4. Estructura y estilo requeridos para la publicación en revistas científicas
 - 11.9.4.1. Criterios de selección de revistas adecuadas para la publicación
 - 11.9.5. Elaboración de artículo científico



Administrarás los recursos humanos de un hotel bajo criterios de eficiencia, motivación y desempeño

04

Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Maestría Oficial Universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un Estudio de Convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



“

Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo”

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Maestría Oficial Universitaria.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Maestría Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Maestría Oficial Universitaria.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:



Matricúlate en la Maestría Oficial Universitaria y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita”



¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Maestría Oficial Universitaria tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Maestría Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda “EQ” en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.



¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.



¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico convalidaciones@techtitute.com adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en la Maestría Oficial Universitaria, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.



¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente



¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La Opinión Técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.

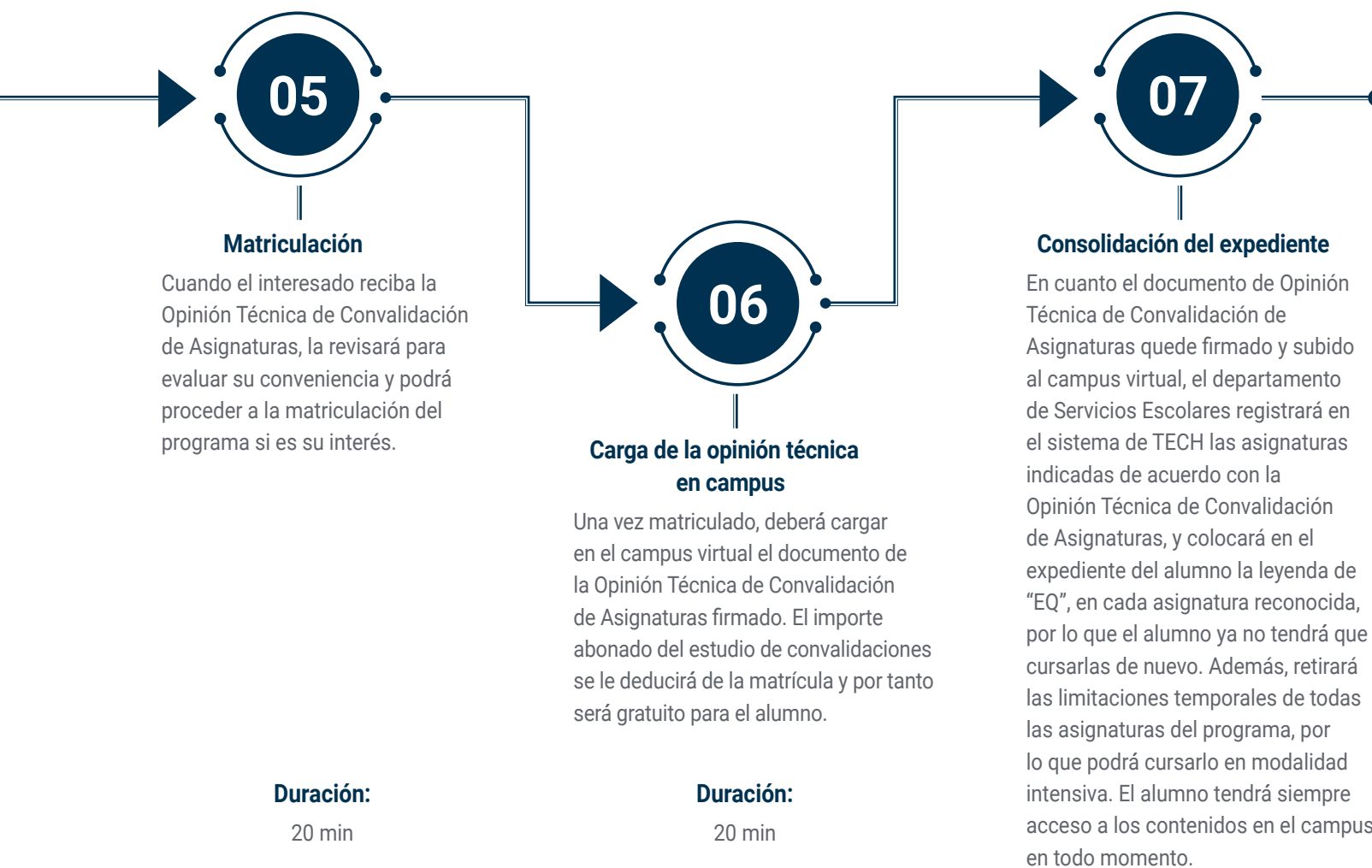


¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Servicios Escolares consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso





Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

A través de esta Maestría Oficial Universitaria, los profesionales desarrollarán habilidades clave para liderar con éxito en el sector hotelero. De este modo, obtendrán competencias avanzadas en gestión estratégica, liderazgo de equipos multidisciplinarios y toma de decisiones basadas en análisis de datos. Además, fortalecerán su capacidad para diseñar experiencias personalizadas para huéspedes, implementar tecnologías innovadoras y promover prácticas sostenibles. Como resultado, los expertos serán capaces de optimizar las operaciones, mejorar la calidad de los servicios y garantizar una óptima experiencia para los clientes.

*Living
SUCCESS*



“

Utilizarás herramientas tecnológicas de última generación para optimizar los procesos de los Hoteles y la mejora de la experiencia del cliente”



Objetivos generales

- Desarrollar habilidades estratégicas para la gestión y liderazgo en el sector hotelero
- Adquirir competencias para optimizar la operativa y la rentabilidad de los establecimientos hoteleros
- Analizar el entorno turístico global para tomar decisiones basadas en las tendencias del mercado
- Integrar la sostenibilidad en la gestión hotelera, promoviendo prácticas responsables y eficientes
- Fomentar la innovación en servicios y productos turísticos para mejorar la competitividad
- Implementar modelos de gestión de calidad para asegurar la excelencia en el servicio al cliente
- Gestionar eficazmente los recursos humanos en el contexto hotelero, mejorando la productividad y el clima laboral
- Desarrollar estrategias de marketing y comunicación para posicionar una marca hotelera en mercados internacionales
- Mejorar la experiencia del cliente mediante el uso de nuevas tecnologías y plataformas digitales
- Evaluar el impacto económico de las decisiones empresariales en la rentabilidad de los establecimientos hoteleros
- Planificar y gestionar eventos y congresos en el ámbito hotelero para diversificar las fuentes de ingresos
- Fortalecer las capacidades de negociación y gestión de alianzas estratégicas con proveedores y colaboradores del sector





Objetivos específicos

Asignatura 1. Estructura de mercados turísticos

- ♦ Analizar la evolución histórica del turismo y su impacto en la economía, la sociedad y la sostenibilidad, comprendiendo sus tendencias actuales
- ♦ Estudiar la estructura de los mercados turísticos, identificando sus componentes clave y la influencia de los canales de distribución en la comercialización de servicios

Asignatura 2. Canales de distribución turística

- ♦ Aplicar estrategias de *revenue management* para optimizar la ocupación hotelera, maximizando ingresos mediante técnicas de fijación de precios y segmentación de mercado
- ♦ Evaluar modelos de gestión financiera y planificación presupuestaria en el sector hotelero, asegurando una rentabilidad sostenible y eficiente

Asignatura 3. Dirección hotelera y restauración

- ♦ Desarrollar estrategias de marketing digital y fidelización de clientes, integrando herramientas innovadoras para mejorar la visibilidad y posicionamiento del hotel
- ♦ Diseñar experiencias de cliente personalizadas, basadas en el análisis de datos y tendencias de consumo, para aumentar la satisfacción y lealtad

Asignatura 4. Gestión de la calidad e innovación en turismo

- ♦ Implementar sistemas de gestión de calidad para optimizar procesos operativos, garantizando altos estándares en la prestación de servicios hoteleros
- ♦ Aplicar técnicas de sostenibilidad y eficiencia energética en la gestión hotelera, reduciendo el impacto ambiental sin comprometer la rentabilidad

Asignatura 5. Dirección de operaciones turísticas

- ♦ Manejar herramientas digitales y plataformas tecnológicas en la gestión hotelera, mejorando la automatización de procesos y la experiencia del huésped
- ♦ Analizar la evolución de la intermediación turística en el entorno digital, explorando el impacto del comercio electrónico en la comercialización hotelera

Asignatura 6. Derecho y legislación turística

- ♦ Planificar y coordinar eventos corporativos, congresos y convenciones, garantizando una ejecución eficiente y adaptada a las necesidades del cliente
- ♦ Aplicar normativas de protocolo y etiqueta en la organización de eventos hoteleros, asegurando un servicio de alta calidad y cumplimiento de estándares internacionales

Asignatura 7. Organización de congresos, eventos y protocolo

- ♦ Capacitar en el uso adecuado del protocolo institucional y empresarial en eventos y congresos, asegurando que todos los aspectos logísticos y operacionales se gestionen de manera eficiente
- ♦ Desarrollar habilidades para la gestión de la comunicación y relaciones públicas en el contexto de eventos

Asignatura 8. Introducción a la organización y gestión de empresas

- ♦ Ahondar en los principios fundamentales para la correcta organización y gestión empresarial
- ♦ Capacitar en la toma de decisiones organizacionales que favorezcan el crecimiento y la sostenibilidad empresarial





Asignatura 9. Dirección comercial y mercadotecnia

- ♦ Crear campañas de marketing efectivas que respondan a las demandas del mercado y mejoren la posición de la empresa
- ♦ Profundizar en el análisis de mercados, segmentación de clientes, y posicionamiento de productos

Asignatura 10. Fundamentos de contabilidad

- ♦ Disponer una comprensión sólida de los principios contables y las normas internacionales de contabilidad
- ♦ Capacitar en la interpretación de estados financieros para la toma de decisiones empresariales informadas

Asignatura 11. Metodología de la investigación

- ♦ Formular proyectos de investigación que respondan a problemáticas reales en la gestión hotelera
- ♦ Proponer soluciones innovadoras a problemas de gestión hotelera sustentadas en investigación aplicada

06

Salidas profesionales

A través de esta Maestría Oficial Universitaria, los egresados ampliarán sus competencias profesionales, adquiriendo los conocimientos más actualizados para implementar prácticas innovadoras en la gestión hotelera. De este modo, al completar este itinerario académico, serán capaces de liderar equipos multidisciplinarios, optimizar procesos operativos y estratégicos, y crear entornos centrados en la experiencia del cliente. Gracias a esto, los especialistas impulsarán la competitividad y sostenibilidad de cualquier empresa del sector turístico y hotelero.

Upgrading...



“

Liderarás la operación integral de los establecimientos hoteleros, garantizando la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes”

Perfil del egresado

En cuanto al perfil profesional que adquirirán los egresados de esta titulación universitaria, contarán con competencias integrales en gestión hotelera que les permitirán desempeñarse en diversos entornos del sector turístico. De igual modo, se convertirán en líderes capaces de dirigir hoteles a nivel internacional. Finalmente, lograrán desarrollar estrategias innovadoras para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la operación hotelera.

Implementarás herramientas tecnológicas de vanguardia para optimizar la administración y experiencia de los huéspedes.

- ♦ **Liderazgo y Gestión de Equipos:** liderar y motivar equipos multidisciplinarios, gestionar el talento humano, resolver conflictos internos y promover un clima laboral positivo en entornos de alta exigencia
- ♦ **Capacidad de Comunicación Eficaz:** implementar una comunicación con claridad, adaptando su discurso a distintos públicos (huéspedes, equipos de trabajo, proveedores y socios estratégicos) garantizando relaciones profesionales fluidas y efectivas
- ♦ **Pensamiento Crítico y Toma de Decisiones:** evaluar situaciones complejas en la operación hotelera, identificar oportunidades de mejora y tomar decisiones estratégicas con base en datos y evidencia
- ♦ **Orientación al Cliente:** promover una actitud centrada en el huésped, desarrollando la empatía y la capacidad de anticiparse a sus necesidades, con el objetivo de ofrecer experiencias personalizadas y memorables



Después de realizar esta Maestría Oficial Universitaria, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. Gestión y Dirección Hotelera: Los egresados podrán desempeñarse en puestos de liderazgo en hoteles, *resorts* y cadenas hoteleras; gestionando operaciones, recursos humanos y estrategias comerciales.

- Director general de hotel
- Gerente de operaciones hoteleras
- Jefe de recepción o alojamiento
- Coordinador de áreas de alimentos y bebidas

2. Marketing y Comercialización Turística: La titulación universitaria permitirá diseñar y ejecutar planes de marketing y ventas orientados a la fidelización de clientes en el sector turístico.

- Responsable de marketing hotelero
- Gestor de ventas y canales de distribución
- Supervisor de *revenue management*
- Coordinador de eventos y congresos

3. Innovación y Sostenibilidad: Los conocimientos adquiridos habilitarán para implementar proyectos innovadores y estrategias de sostenibilidad que mejoren la competitividad y responsabilidad social del hotel.

- Consultor en innovación hotelera
- Gestor de proyectos de turismo sostenible
- Coordinador de programas de responsabilidad social corporativa

4. Consultoría y Asesoría Empresarial: Los egresados podrán ofrecer servicios de consultoría para optimizar la gestión, aumentar la rentabilidad y mejorar la experiencia del cliente en empresas hoteleras y turísticas.

- Consultor en gestión hotelera
- Asesor en calidad y mejora continua
- Supervisor de la transformación digital del sector turístico



Manejarás las estrategias más modernas para mejorar la competitividad y la eficiencia de los diferentes procesos operativos de los Hoteles"

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a este ámbito del conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros méritos científicos.

07

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la Maestría Oficial Universitaria, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu
competencia
lingüística*

“

TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría Oficial Universitaria de forma ilimitada y gratuita”

En el mundo competitivo actual, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día, resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee.

En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.



Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Maestría Oficial Universitaria”





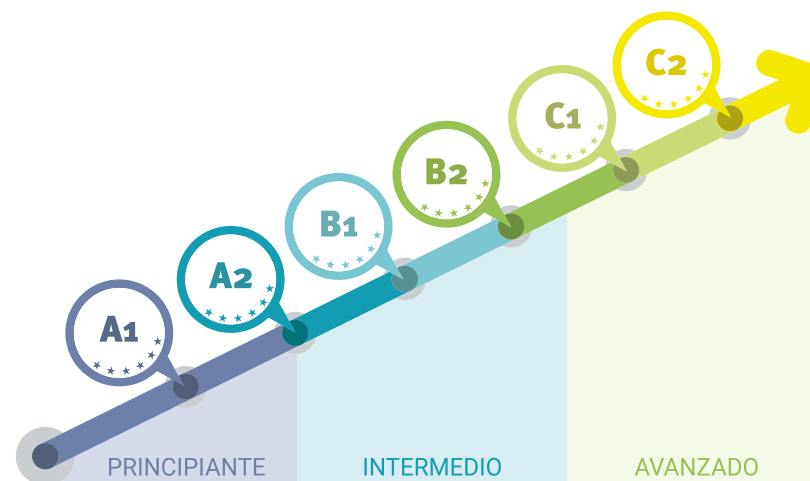
“

48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1, A2, B1, B2, C1 y C2”



TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la Maestría Oficial Universitaria, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en la Maestría Oficial Universitaria



08

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% en línea basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*

“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



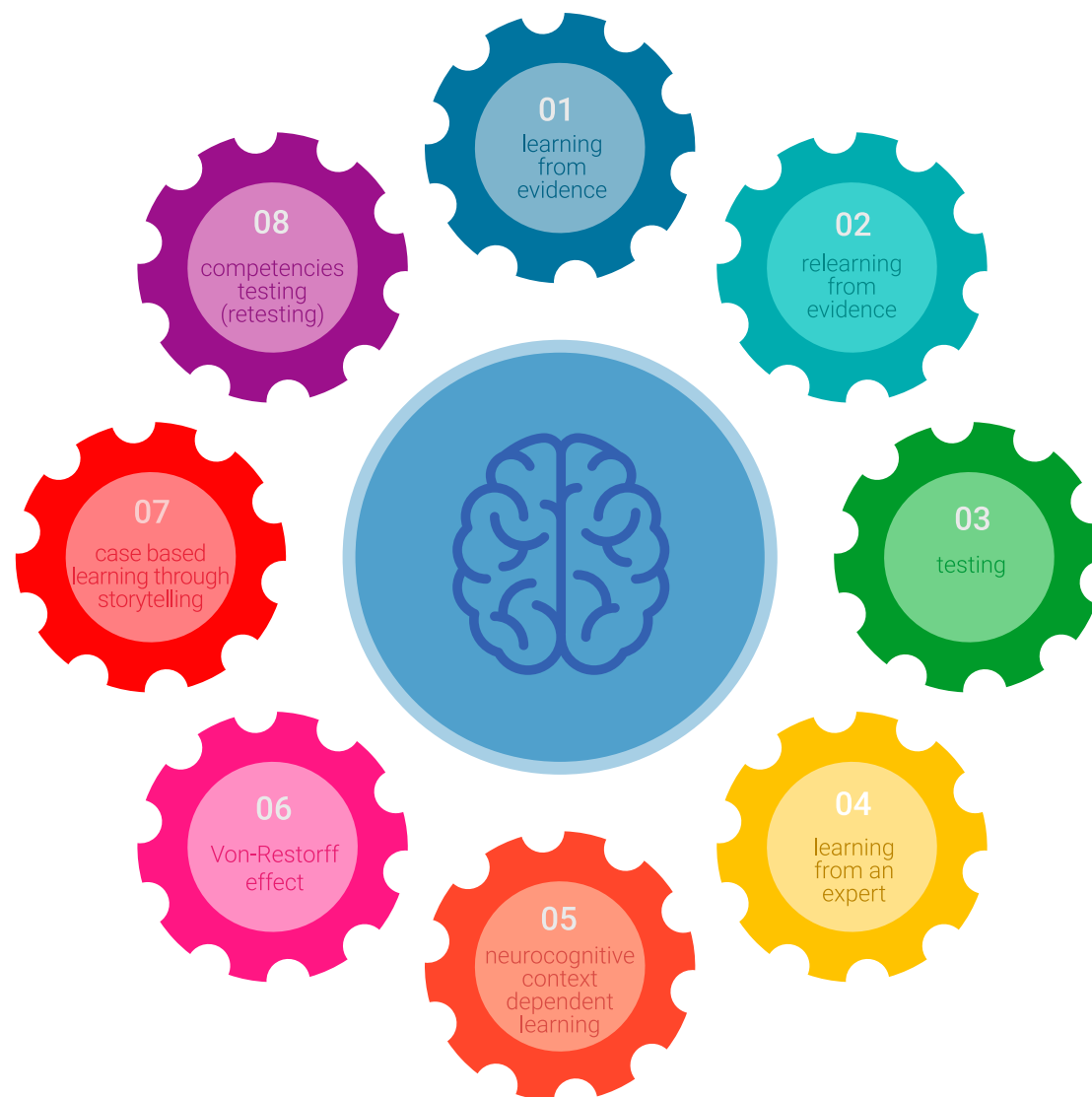
Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% en línea: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% en línea con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios en línea de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo en línea, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

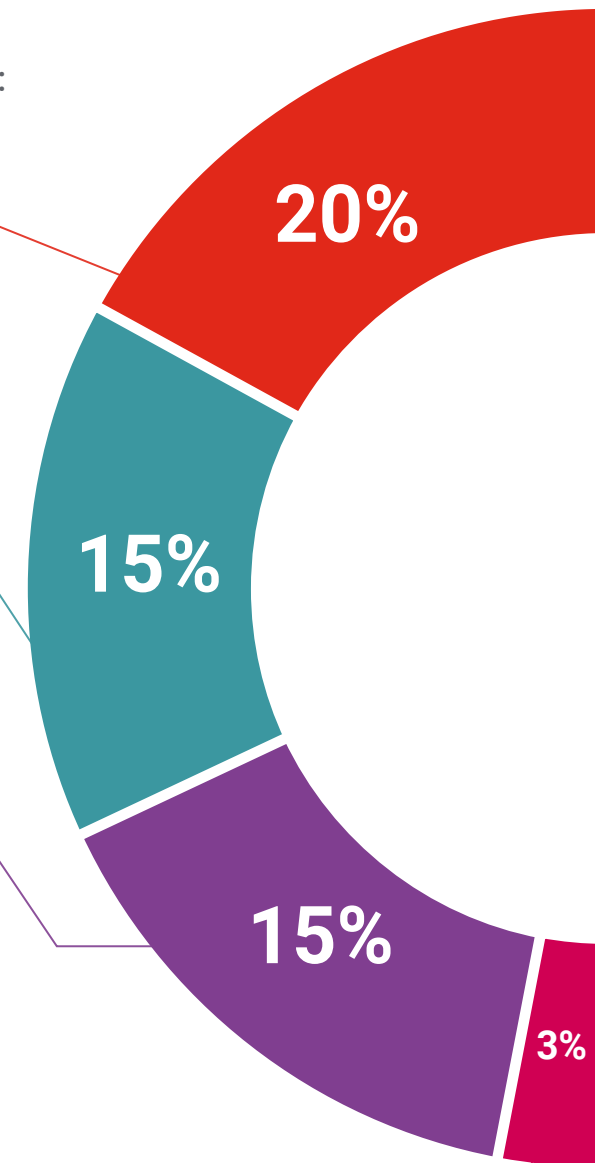
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

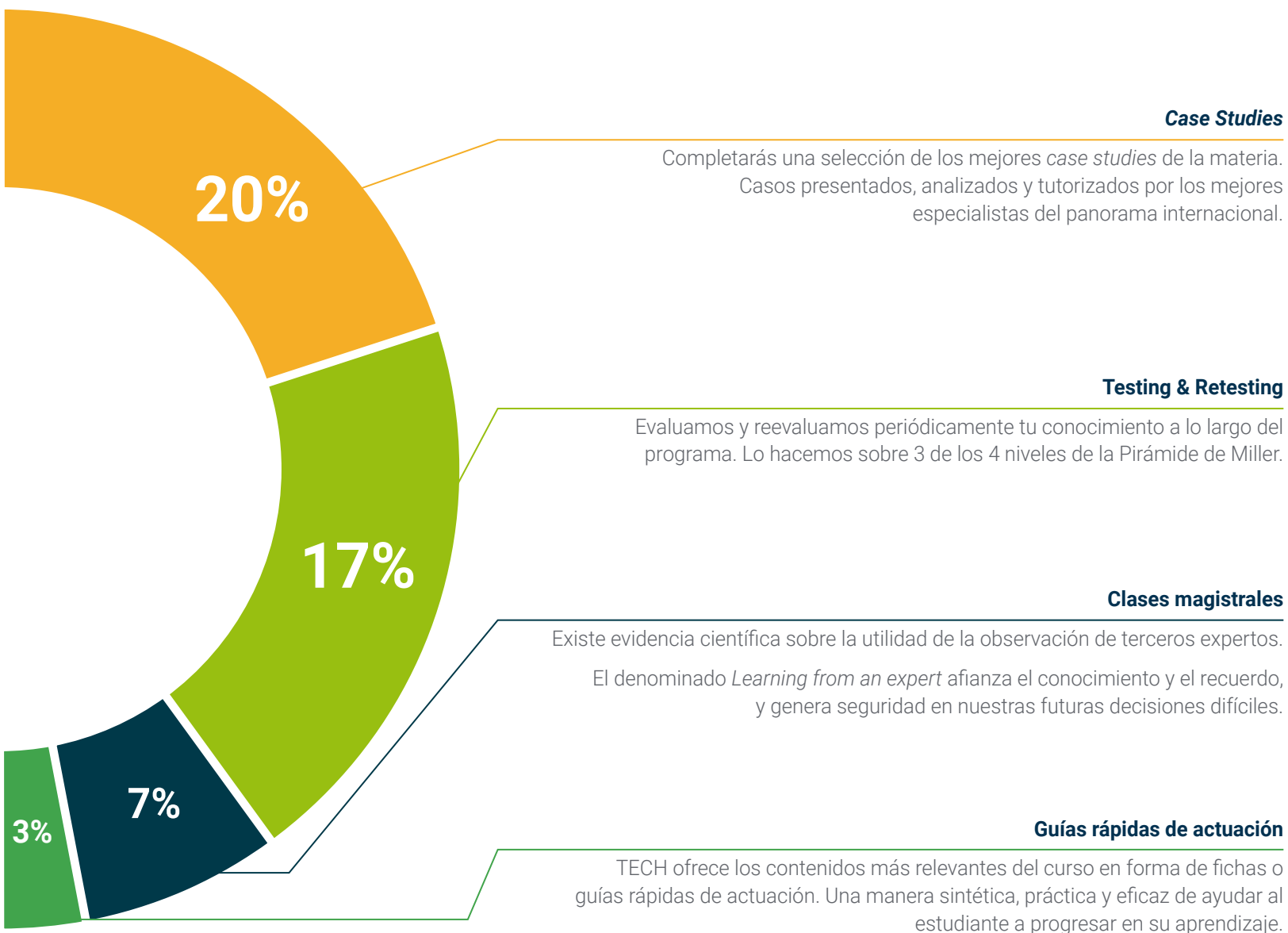
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



09

Cuadro docente

La filosofía de TECH se basa en brindar las titulaciones universitarias más completas y actualizadas del panorama académico. Por este motivo, realiza un minucioso proceso para conformar sus claustros docentes. Como resultado, esta Maestría Oficial Universitaria reúne a los expertos más destacados en el campo de la Dirección de Hoteles. Dichos profesionales han elaborado una variedad de materiales didácticos que destacan por su elevada calidad y por tener en cuenta las exigencias del mercado laboral actual. Así, el alumnado disfrutará de una experiencia inmersiva que incrementará sus perspectivas profesionales considerablemente.



“

Disfrutarás del asesoramiento personalizado del equipo docente, compuesto por verdaderas referencias en la Dirección de Hoteles”

Director Invitado Internacional

Khalid Amiri es un destacado líder en el ámbito de la **Hostelería** y las **Finanzas**, con una carrera marcada por su enfoque estratégico y su capacidad de gestión a nivel internacional. En este sentido, ha ocupado el cargo de **Director de Operaciones Hoteleras** en **Marriott International**, en **Houston, Texas**, donde ha sido responsable de supervisar y optimizar las operaciones de varios hoteles, asegurando la excelencia en el **servicio al cliente** y la **rentabilidad** de las propiedades bajo su liderazgo. De hecho, su experiencia en la **industria hotelera** ha sido fundamental para el éxito global de **Marriott**, una de las cadenas hoteleras más grandes y prestigiosas del mundo.

Asimismo, ha desempeñado diversos roles dentro del **sector hotelero**, destacando especialmente en su labor como **Director de Finanzas y Contabilidad**, también en **Marriott International**.

Además, ha demostrado una habilidad excepcional para dirigir equipos y proyectos de alto impacto, implementando estrategias que han mejorado la **eficiencia operativa** y la **rentabilidad** en múltiples ubicaciones. Igualmente, su capacidad para adaptarse a mercados globales y gestionar operaciones complejas lo ha consolidado como un referente en la **industria hotelera internacional**. Sin olvidar su enfoque centrado en **resultados, innovación y calidad**, que ha sido fundamental para su ascenso dentro de Marriott y en la industria en general.

A su vez, Khalid Amiri posee una sólida capacitación académica, que complementa su vasta experiencia profesional. Así, ha completado un **Executive MBA**, en la Universidad de Texas, lo que le ha permitido combinar sus conocimientos técnicos con habilidades de **liderazgo** avanzadas. También es licenciado en **Finanzas** por la Universidad de Houston, lo que ha fortalecido su enfoque analítico y estratégico.



D. Amiri, Khalid

- Director de Operaciones Hoteleras en Marriott International, Texas, Estados Unidos
- Director de Finanzas y Contabilidad en Marriott International
- *Executive MBA* por la Universidad de Texas
- Licenciado en Finanzas por la Universidad de Houston

“

*Gracias a TECH podrás
aprender con los mejores
profesionales del mundo”*

Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación y estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista **Fortune 50**, como **NBCUniversal** y **Comcast**. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento** en **Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es **crear equipos diversos, inclusivos y de alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de **amplificar la marca de empleador** y la propuesta de valor de **Mastercard** a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de **Recursos Humanos** y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



Dña. Dove, Jennifer

- Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal Media, Nueva York, Estados Unidos
- Responsable de Selección de Personal Comcast
- Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- Ejecutiva de Cuentas en BNC
- Ejecutiva de Cuentas en Vault
- Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami

“

TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global”

Director Invitado Internacional

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los servicios en la nube y mejora de procesos de extremo a extremo. Ha sido reconocido como un líder y responsable de equipos con gran eficiencia, mostrando un talento natural para garantizar un alto nivel de compromiso entre sus trabajadores.

Posee dotes innatas en la estrategia e innovación ejecutiva, desarrollando nuevas ideas y respaldando su éxito con datos de calidad. Su trayectoria en **Amazon** le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. En **Microsoft** ha liderado un equipo de 104 personas, encargadas de proporcionar infraestructura informática a nivel corporativo y apoyar a departamentos de ingeniería de productos en toda la compañía.

Esta experiencia le ha permitido destacarse como un directivo de alto impacto, con habilidades notables para aumentar la eficiencia, productividad y satisfacción general del cliente.



D. Gauthier, Rick

- Director regional de IT en Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Jefe de programas sénior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director sénior de servicios de ingeniería productiva en Microsoft
- Titulado en Ciberseguridad por Western Governors University
- Certificado Técnico en *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Titulado en Estudios Ambientales por The Evergreen State College

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

Director Invitado Internacional

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en **Transformación Digital, Marketing, Estrategia y Consultoría**. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente **defensor** de la **innovación** y el **cambio** en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en **verdaderos líderes del mercado**, centradas en sus **clientes** y el **mundo digital**.

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones **mejorar las experiencias de los consumidores, el personal y los accionistas** por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el **CSAT**, el **compromiso de los empleados** en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del **indicador financiero EBITDA** en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: **satisfacer** las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar** una “**descarbonización rentable**” y **revisar** un panorama fragmentado de **datos, digital y tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

Por otro lado, el directivo destaca por su dominio de las **aplicaciones empresariales** de la **Inteligencia Artificial**, temática en la que cuenta con un posgrado de la Escuela de Negocios de Londres. Al mismo tiempo, ha acumulado experiencias en **IoT** y el **Salesforce**.



D. Arman, Romi

- Director de Transformación Digital (CDO) en la Corporación Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Director Global de Comercio Electrónico y Atención al Cliente en la Corporación Energética Shell
- Gestor Nacional de Cuentas Clave (fabricantes de equipos originales y minoristas de automoción) para Shell en Kuala Lumpur, Malasia
- Consultor Sénior de Gestión (Sector Servicios Financieros) para Accenture desde Singapur
- Licenciado en la Universidad de Leeds
- Posgrado en Aplicaciones Empresariales de la IA para Altos Ejecutivos de la Escuela de Negocios de Londres
- Certificación Profesional en Experiencia del Cliente CCXP
- Curso de Transformación Digital Ejecutiva por IMD



¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional"

Director Invitado Internacional

Manuel Arens es un experimentado profesional en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de **gerente global de compras** en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la **integridad de los datos maestros**, las **actualizaciones de datos de proveedores** y la **priorización** de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo **Marketing**, **análisis de medios**, **medición** y **atribución**. De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el **Premio al Liderazgo BIM**, el **Premio a la Liderazgo Search**, **Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación** y el **Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA**.

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos** y **políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como **Eaton**, **Airbus** y **Siemens**, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la **construcción de valiosas relaciones con los clientes** y **trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización**, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.



D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania

“

*Gracias a TECH podrás
aprender con los mejores
profesionales del mundo”*

Director Invitado Internacional

Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del **Marketing** cuyos proyectos han tenido un **significativo impacto** en el **entorno de la Moda**. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con **Productos, Merchandising y Comunicación**. Todo ello, ligado a marcas de prestigio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre otras.

Los resultados de este directivo de **alto perfil internacional** han estado vinculados a su probada capacidad para **sintetizar información** en marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alineadas a objetivos **empresariales específicos**. Además, es reconocido por su **proactividad y adaptación** a ritmos **acelerados** de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una **fuerte conciencia comercial, visión de mercado** y una **auténtica pasión** por los **productos**.

Como **Director Global de Marca y Merchandising** en **Giorgio Armani**, ha supervisado disímiles **estrategias de Marketing** para **ropas y accesorios**. Asimismo, sus tácticas han estado centradas en el **ámbito minorista** y las **necesidades** y el **comportamiento del consumidor**. Desde este puesto, La Sala también ha sido responsable de configurar la comercialización de productos en diferentes mercados, actuando como **jefe de equipo** en los **departamentos de Diseño, Comunicación y Ventas**.

Por otro lado, en empresas como **Calvin Klein** o el **Gruppo Coin**, ha emprendido proyectos para impulsar la **estructura**, el **desarrollo** y la **comercialización** de **diferentes colecciones**. A su vez, ha sido encargado de crear **calendarios eficaces** para las **campañas** de compra y venta. Igualmente, ha tenido bajo su dirección los **términos, costes, procesos y plazos de entrega** de diferentes operaciones.

Estas experiencias han convertido a Andrea La Sala en uno de los principales y más cualificados **líderes corporativos** de la **Moda** y el **Lujo**. Una alta capacidad directiva con la que ha logrado implementar de manera eficaz el **posicionamiento positivo** de **diferentes marcas** y redefinir sus indicadores clave de rendimiento (KPI).



D. La Sala, Andrea

- Director Global de Marca y Merchandising Armani Exchange en Giorgio Armani, Milán, Italia
- Director de Merchandising en Calvin Klein
- Responsable de Marca en Gruppo Coin
- Brand Manager en Dolce&Gabbana
- Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado en Fastweb
- Graduado de Business and Economics en la Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Los profesionales más cualificados y experimentados a nivel internacional te esperan en TECH para ofrecerte una enseñanza de primer nivel, actualizada y basada en la última evidencia científica. ¿A qué esperas para matricularte?”

Director Invitado Internacional

Mick Gram es sinónimo de innovación y excelencia en el campo de la **Inteligencia Empresarial** a nivel internacional. Su exitosa carrera se vincula a puestos de liderazgo en multinacionales como **Walmart** y **Red Bull**. Asimismo, este experto destaca por su visión para **identificar tecnologías emergentes** que, a largo plazo, alcanzan un impacto imperecedero en el entorno corporativo.

Por otro lado, el ejecutivo es considerado un **pionero** en el **empleo de técnicas de visualización de datos** que simplificaron conjuntos complejos, haciéndolos accesibles y facilitadores de la toma de decisiones. Esta habilidad se convirtió en el pilar de su perfil profesional, transformándolo en un deseado activo para muchas organizaciones que apostaban por **recopilar información** y **generar acciones** concretas a partir de ellos.

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al análisis de **Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing** y **Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminare para **insights** de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios Másteres y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



D. Gram, Mick

- Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- Analista Jefe en Nordea
- Consultor Jefe de *Business Intelligence* para SAS
- Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhagen
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhagen



¡Estudia en la mejor universidad en línea del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional"

Director Invitado Internacional

Scott Stevenson es un distinguido experto del sector del **Marketing Digital** que, por más de 19 años, ha estado ligado a una de las compañías más poderosas de la industria del entretenimiento, **Warner Bros. Discovery**. En este rol, ha tenido un papel fundamental en la **supervisión de logística y flujos de trabajos creativos** en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales, búsqueda, *display* y medios lineales.

El liderazgo de este ejecutivo ha sido crucial para impulsar **estrategias de producción en medios pagados**, lo que ha resultado en una notable **mejora** en las **tasas de conversión** de su empresa. Al mismo tiempo, ha asumido otros roles, como el de Director de Servicios de Marketing y Gerente de Tráfico en la misma multinacional durante su antigua gerencia.

A su vez, Stevenson ha estado ligado a la distribución global de videojuegos y **campañas de propiedad digital**. También, fue el responsable de introducir estrategias operativas relacionadas con la formación, finalización y entrega de contenido de sonido e imagen para **comerciales de televisión y trailers**.

Por otro lado, el experto posee una Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida y un Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California, lo que demuestra su destreza en **comunicación y narración**. Además, ha participado en la Escuela de Desarrollo Profesional de la Universidad de Harvard en programas de vanguardia sobre el uso de la **Inteligencia Artificial** en los **negocios**. Así, su perfil profesional se erige como uno de los más relevantes en el campo actual del **Marketing** y los **Medios Digitales**.



D. Stevenson, Scott

- Director de Marketing Digital en Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfico en Warner Bros. Entertainment
- Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California
- Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida

“

*¡Alcanza tus objetivos académicos
y profesionales con los expertos
mejor cualificados del mundo!
Los docentes de este MBA te
guiarán durante todo el proceso
de aprendizaje”*

Directora Invitada Internacional

Galardonada con el "*International Content Marketing Awards*" por su creatividad, liderazgo y calidad de sus contenidos informativos, Wendy Thole-Muir es una reconocida **Directora de Comunicación** altamente especializada en el campo de la **Gestión de Reputación**.

En este sentido, ha desarrollado una sólida trayectoria profesional de más de dos décadas en este ámbito, lo que le ha llevado a formar parte de prestigiosas entidades de referencia internacional como **Coca-Cola**. Su rol implica la supervisión y manejo de la comunicación corporativa, así como el control de la imagen organizacional. Entre sus principales contribuciones, destaca haber liderado la implementación de la **plataforma de interacción interna** Yammer. Gracias a esto, los empleados aumentaron su compromiso con la marca y crearon una comunidad que mejoró la transmisión de información significativamente.

Por otra parte, se ha encargado de gestionar la comunicación de las **inversiones estratégicas** de las empresas en diferentes países africanos. Una muestra de ello es que ha manejado diálogos en torno a las inversiones significativas en Kenya, demostrando el compromiso de las entidades con el desarrollo tanto económico como social del país. A su vez, ha logrado numerosos **reconocimientos** por su capacidad de gestionar la percepción sobre las firmas en todos los mercados en los que opera. De esta forma, ha logrado que las compañías mantengan una gran notoriedad y los consumidores las asocien con una elevada calidad.

Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados **Congresos y Simposios** a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para **desarrollar planes estratégicos de comunicación** exitosos. Así pues, ha ayudado a numerosos expertos a anticiparse a situaciones de crisis institucionales y a manejar acontecimientos adversos de manera efectiva.



Dña. Thole-Muir, Wendy

- Directora de Comunicación Estratégica y Reputación Corporativa en Coca-Cola, Sudáfrica
- Responsable de Reputación Corporativa y Comunicación en ABI at SABMiller de Lovania, Bélgica
- Consultora de Comunicaciones en ABI, Bélgica
- Consultora de Reputación y Comunicación de Third Door en Gauteng, Sudáfrica
- Máster en Estudios del Comportamiento Social por Universidad de Sudáfrica
- Máster en Artes con especialidad en Sociología y Psicología por Universidad de Sudáfrica
- Licenciatura en Ciencias Políticas y Sociología Industrial por Universidad de KwaZulu-Natal
- Licenciatura en Psicología por Universidad de Sudáfrica



Gracias a esta titulación universitaria, 100% en línea, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!”

10

Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Dirección de Hoteles es un programa ofrecido por TECH Universidad que cuenta con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y, por tanto, tiene validez oficial en México.



“

Obtén un título oficial con validez internacional y da un paso adelante en tu carrera profesional”

La **Maestría Oficial Universitaria en Dirección de Hoteles** es un programa con reconocimiento oficial. El plan de estudios se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE **20252885**, de fecha **02/09/2025**, modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Además de obtener el título de Maestría Oficial Universitaria, con el que poder alcanzar una posición bien remunerada y de responsabilidad, servirá para acceder al nivel académico de doctorado y progresar en la carrera universitaria. Con TECH el egresado eleva su estatus académico, personal y profesional.

TECH Universidad ofrece esta Maestría Oficial Universitaria con reconocimiento oficial RVOE de Educación Superior, cuyo título emitirá la Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación (DGAIR) de la Secretaría de Educación Pública (SEP).

Se puede acceder al documento oficial de RVOE expedido por la Secretaría de Educación Pública (SEP), que acredita el reconocimiento oficial internacional de este programa.

Para solicitar más información puede dirigirse a su asesor académico o directamente al departamento de atención al alumno, a través de este correo electrónico:

informacion@techtitute.com



[Ver documento RVOE](#)

TECH es miembro de **Business Graduates Association (BGA)**, la red internacional que reúne a las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo. Esta distinción reafirma su compromiso con la excelencia en la gestión responsable y la capacitación para directivos.

Aval/Membresía



Título: **Maestría en Dirección de Hoteles**

No. de RVOE: **20252885**

Fecha acuerdo RVOE: **02/09/2025**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **2 años**



Supera con éxito este programa y recibe tu título de Maestría Oficial Universitaria en Dirección de Hoteles con el que podrás desarrollar tu carrera académica

		
Estados Unidos Mexicanos Secretaría de Educación Pública Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación Constancia de Autenticación del Título Electrónico		
Clave Única de Registro de Población		
		
Folio Digital https://www.siged.sep.gov.mx/titulos/utenticacion/		
Datos del profesionista		
Nombre(s)	Primer Apellido	Segundo Apellido
MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE HOTELES		
Nombre del perfil o carrera		Clave del perfil o carrera
Datos de la institución		
TECH MÉXICO UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA		
Nombre		
20252885		
Número del Acuerdo de Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE)		
Lugar y fecha de expedición		
CIUDAD DE MÉXICO		
Entidad	Fecha	
Responsables de la institución		
RECTOR. GERARDO DANIEL OROZCO MARTÍNEZ		
Firma electrónica de la autoridad educativa		
Nombre:	DIRECTORA DE REGISTROS ESCOLARES, OPERACIÓN Y EVALUACIÓN	
Cargo:	00001000000510871752	
No. Certificado:	XX	
Sello Digital:	XX	
Fecha de Autenticación:	La presente constancia de autenticación se expide como un registro fiel del trámite de autenticación a que se refiere el Artículo 14 de la Ley General de Educación Superior. La impresión de la constancia de autenticación acompañada del formato electrónico con extensión XML, que pertenece al título profesional, diploma o grado académico electrónico que generan las Instituciones, en papel bond, a color o blanco y negro, es válida y debe ser aceptada para realizar todo trámite inherente al mismo, en todo el territorio nacional.	
	La presente constancia de autenticación ha sido firmada mediante el uso de la firma electrónica, amparada por un certificado vigente a la fecha de su emisión y es válido de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1; 2, fracciones IV, V, XIII y XIV; 3, fracciones I y II; 7; 8; 9; 13; 14; 16 y 25 de la Ley de Firma Electrónica Avanzada; 7 y 12 del Reglamento de la Ley de Firma Electrónica Avanzada.	
	La integridad y autoría del presente documento se podrá comprobar a través de la página electrónica de la Secretaría de Educación Pública por medio de la siguiente liga: https://www.siged.sep.gov.mx/titulos/autenticacion/ , con el folio digital señalado en la parte superior de este documento. De igual manera, se podrá verificar el documento electrónico por medio del código QR.	

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección de Hoteles**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.





“

Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con validez internacional”

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Maestría Oficial Universitaria en Dirección de Hoteles** en un país diferente a México, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Servicios Escolares a través de correo electrónico: homologacion@techtitute.com.

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Maestría en cualquier país.





El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.

El procedimiento y la homologación efectiva en cada caso dependerá del marco normativo del país donde se requiera validar el título.



*El equipo de TECH te acompañará
paso a paso en la realización del
trámite para lograr la validez oficial
internacional de tu título"*

12

Requisitos de acceso

La **Maestría Oficial Universitaria en Dirección de Hoteles** de TECH Universidad cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ante la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por el contexto normativo vigente.



“

Revisa los requisitos de acceso de esta Maestría Oficial Universitaria y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales”

La norma establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección de Hoteles** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

Los candidatos interesados en cursar esta maestría oficial deben **haber finalizado los estudios de Licenciatura o nivel equivalente**. Haber obtenido el título será suficiente, sin importar a qué área de conocimiento pertenezca.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán obtener el grado de Maestría.

Para ampliar la información de los requisitos de acceso al programa y resolver cualquier duda que surja al candidato, podrá ponerse en contacto con el equipo de TECH Universidad en la dirección de correo electrónico: requisitosdeacceso@techtitute.com.

*Cumple con los requisitos de acceso
y consigue ahora tu plaza en esta
Maestría Oficial Universitaria.*





“

Si cumples con el perfil académico de ingreso de este programa con RVOE, contacta ahora con el equipo de TECH y da un paso definitivo para impulsar tu carrera”

13

Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de todas las universidades en línea. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin apuros ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.



“

TECH Universidad ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Maestría Oficial Universitaria más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales”

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de TECH y aceptar las políticas de privacidad y las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse al curso académico sin esperas. Posteriormente, se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy práctica, cómoda y rápida. Sólo se deberán subir en el sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar en vigor en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno (Pasaporte, acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja, el estudiante podrá realizar sus consultas a través del correo: procesodeadmission@techtitute.com.

*Este procedimiento de acceso te ayudará a
iniciar tu Maestría Oficial Universitaria cuanto
antes, sin trámites ni demoras.*



Nº de RVOE: 20252885

**Maestría Oficial
Universitaria
Dirección de Hoteles**

Idioma: Español

Modalidad: 100% en línea

Duración: 2 años

Fecha acuerdo RVOE: 02/09/2025

Maestría Oficial Universitaria

Dirección de Hoteles

Nº de RVOE: 20252885

Aval/Membresía

A background image showing a woman in a light blue shirt and grey blazer standing at a hotel reception desk, smiling. A man in a dark suit is handing her a colorful card. A silver bell is on the desk, and a white orchid is in a pot in the background.

tech
universidad