Máster Título Propio
Turismo Sostenible

Economics, Business
and Enterprise Association

tech global university

tech global university

Máster Título Propio
Turismo Sostenible

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-turismo-sostenible**

Índice

01 Presentación del programa — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 8

03 Plan de estudios — pág. 12

04 Objetivos docentes — pág. 22

05 Salidas profesionales — pág. 26

06 Metodología de estudio — pág. 30

07 Titulación — pág. 40

01

Presentación del programa

El Turismo Sostenible ha emergido como una de las principales áreas de desarrollo dentro de la industria turística, buscando equilibrar el crecimiento económico con la preservación del medio ambiente y el bienestar social. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo representa aproximadamente el 10% del Producto Interno Bruto (PIB) global y genera una de cada diez empleos, lo que subraya la importancia de incorporar principios de sostenibilidad en su desarrollo. Ante esta premisa, TECH ha diseñado este posgrado que se presenta como una respuesta integral a la necesidad de preparar profesionales altamente cualificados en la gestión de destinos y servicios turísticos que promuevan la sostenibilidad en todas sus dimensiones. Todo ello, a partir de una metodología 100% online e innovadora.

Un programa exhaustivo y 100 % online, exclusivo de TECH y con una perspectiva internacional respaldada por nuestra afiliación con Economics, Business and Enterprise Association"

El Turismo Sostenible es un campo en constante evolución, cuyo principal objetivo es promover un desarrollo turístico que respete el medio ambiente, impulse el bienestar social y garantice la viabilidad económica de los destinos. La creciente conciencia sobre el impacto ambiental de las actividades turísticas ha llevado a la industria a repensar sus modelos de negocio, priorizando la sostenibilidad a largo plazo. A su vez, este enfoque integra aspectos ecológicos, culturales y económicos, buscando no solo la satisfacción de los turistas, sino también la preservación de los recursos naturales y el apoyo a las comunidades locales.

En este ámbito, el Máster Título Propio en Turismo Sostenible de TECH está diseñado para brindar a los profesionales una visión integral de los principios y prácticas que sustentan dicho modelo. A lo largo del programa universitario, se abordarán áreas clave como la gestión de destinos turísticos responsables, la planificación de infraestructuras sostenibles y la formulación de políticas que promuevan la sostenibilidad. Así, los profesionales sabrán evaluar el impacto ambiental y social de las actividades turísticas e implementar estrategias que fomenten la conservación de los recursos naturales y el respeto por las culturas locales.

Adicionalmente, el itinerario es 100% online, lo que permite a los profesionales acceder al contenido desde cualquier lugar y en cualquier momento, adaptándose a su ritmo y necesidades. Además, TECH empleará la metodología *Relearning*, que facilita la comprensión y retención de los contenidos clave mediante la repetición estratégica de los temas más relevantes, asegurando así un aprendizaje efectivo y duradero.

Gracias a la membresía en la **Economics and Business Education Association (EBEA)**, el egresado accederá a publicaciones, recursos digitales y seminarios online para mantenerse actualizado. Asimismo, podrá participar en conferencias anuales y optar al reconocimiento profesional EBEA, impulsando su crecimiento y excelencia profesional en economía y negocios.

Este **Máster Título Propio en Turismo Sostenible** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Turismo Sostenible
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en Turismo Sostenible
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

Potenciarás el Turismo sostenible a través de la planificación, la gestión de calidad y el uso de herramientas digitales avanzadas”

TECH te brindará la oportunidad de instruirte a tu propio ritmo mientras te conviertes en un experto en Turismo sostenible y desarrollo responsable"

Diseñarás estrategias para un Turismo más sostenible desde un enfoque estratégico y ético, capacitándote con una metodología 100% online.

Serás capaz de gestionar destinos turísticos sostenibles, mejorando la experiencia del viajero y fortaleciendo la competitividad del sector.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del Turismo Sostenible, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

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.

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

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online 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».

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 Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

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 online 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.

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.

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 online, 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 online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online 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

El plan de estudios de este Máster Título Propio abordará desde la planificación y gestión de espacios turísticos, hasta la cooperación al desarrollo local. A través de módulos especializados, se profundizará en la gestión del patrimonio cultural, el marketing y la estructura de mercados turísticos. Además, se incluyen estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, junto con herramientas para la innovación y la gestión de calidad en el sector. De esta manera, este enfoque permitirá comprender el comportamiento del consumidor y la administración pública de destinos, preparando a los profesionales para liderar proyectos turísticos responsables y sostenibles.

Liderarás destinos turísticos sostenibles, integrando innovación, comunicación y desarrollo local”

Módulo 1. Planificación y gestión de espacios turísticos sostenibles

1.1. Sistema turístico y escenarios turísticos
- 1.1.1. Sistema turístico
- 1.1.2. Territorialidad del Turismo
- 1.1.3. Escenarios turísticos más relevantes

1.2. Política turística y sostenibilidad
- 1.2.1. Instrumentos de la política turística
- 1.2.2. Plan general de Turismo y planificación
- 1.2.3. Sostenibilidad en el sector turístico

1.3. Planificación estratégica aplicada al sector turístico
- 1.3.1. Análisis teórico sobre la planificación estratégica
- 1.3.2. Desarrollo del plan estratégico del Turismo en destino
- 1.3.3. Esquema y contenido de un plan estratégico
- 1.3.4. Fases de desarrollo

1.4. Diagnóstico, desarrollo y metodología
- 1.4.1. Metodología para el desarrollo del diagnostico
- 1.4.2. Recursos y tipología de recursos turísticos
- 1.4.3. Obtención de información y análisis DAFO

1.5. Definición del modelo y estrategias de desarrollo
- 1.5.1. Definición de objetivos y modelo de desarrollo
- 1.5.2. Definición de estrategias y líneas de actuación

Módulo 2. Gestión del patrimonio cultural

2.1. Introducción al patrimonio cultural
- 2.2. Las políticas de conservación del patrimonio
- 2.3. El patrimonio cultural como argumento turístico
- 2.4. Recursos, espacios y mercados turísticos
- 2.5. La importancia del guía turístico y la interpretación del patrimonio

Módulo 3. Fundamentos del Marketing

3.1. Conceptos básicos
- 3.1.1. Introducción
- 3.1.2. Conceptos básicos del Marketing
- 3.1.3. Etapas o enfoques del Marketing
- 3.1.4. Utilidad, satisfacción y calidad
- 3.1.5. Intercambio, transacción y relaciones
- 3.1.6. Concepto y tareas de la dirección comercial
- 3.1.7. Los instrumentos del Marketing

3.2. El mercado
- 3.2.1. Concepto de mercado y entorno
- 3.2.2. Clasificación del mercado
- 3.2.3. El microentorno o entorno específico
- 3.2.4. El macroentorno o entorno general
- 3.2.5. El mercado y el entorno en el plan de Marketing

3.3. Segmentación y posicionamiento
- 3.3.1. Fundamentos y objetivos de la segmentación
- 3.3.2. Criterios de segmentación
- 3.3.3. Etapas del proceso de segmentación
- 3.3.4. Estrategia comercial y segmentación
- 3.3.5. El posicionamiento

3.4. Sistema de información e investigación comercial
- 3.4.1. Conceptos y aplicaciones de la investigación comercial
- 3.4.2. Etapas de la investigación comercial
- 3.4.3. Las fuentes de información
- 3.4.4. Tipos de investigación comercial
- 3.4.5. Cuestionario y muestreo

3.5. El comportamiento del consumidor
- 3.5.1. Introducción
- 3.5.2. El proceso de decisión de compra
- 3.5.3. Factores internos
- 3.5.4. Factores externos
- 3.5.5. Tipos de compra
- 3.5.6. La respuesta del consumidor
- 3.5.7. Modelización del comportamiento del consumidor

Módulo 4. Estructura de mercados turísticos

4.1. Introducción al Turismo
- 4.1.1. Concepto de Turismo, origen y evolución
- 4.1.2. Definiciones de Turismo
- 4.1.3. Tipos de Turismo
- 4.1.4. Ciclo de vida del producto turístico
- 4.1.5. Turismo Sostenible

4.2. El Turismo en el tiempo
- 4.2.1. Historia del Turismo hasta el siglo XX
- 4.2.2. El Turismo contemporáneo (siglo XX y XXI)
- 4.2.3. Evolución del Turismo en España

4.3. Planificación turística
- 4.3.1. El proceso de la planificación del espacio turístico
- 4.3.2. Instrumentos de planificación turística: el Plan de Desarrollo Turístico (PDT)
- 4.3.3. La sostenibilidad como criterio de la planificación turística

4.4. Economía del Turismo
- 4.4.1. El proceso productivo turístico
- 4.4.2. La importancia de los efectos económicos del Turismo
- 4.4.3. Balanza de pagos turística

4.5. Flujos turísticos
- 4.5.1. Flujos turísticos internacionales
- 4.5.2. Turismo en España
- 4.5.3. Destinos turísticos y mercados emisores

4.6. Demanda turística
- 4.6.1. El cálculo de la demanda turística
- 4.6.2. Turismo receptor
- 4.6.3. Turismo emisor
- 4.6.4. Factores condicionantes de la demanda turística
- 4.6.5. Estacionalidad de la demanda
- 4.6.6. Tendencias en la demanda turística

4.7. La oferta turística
- 4.7.1. Análisis de la oferta turística
- 4.7.2. Oferta de recursos turísticos: naturales y culturales
- 4.7.3. La oferta turística con relación a las innovaciones tecnológicas: nuevos modelos de negocio
- 4.7.4. Turismo sostenible aplicado a la oferta turística

4.8. La empresa turística
- 4.8.1. Concepto de empresa turística
- 4.8.2. Clases de empresas turísticas
- 4.8.3. El entorno de la empresa turística

4.9. Introducción a los principales subsectores turísticos
- 4.9.1. Sector hotelero
- 4.9.2. Sector de la restauración
- 4.9.3. Agencias de viajes y tour operadores
- 4.9.4. Transporte aéreo
- 4.9.5. Servicios complementarios

4.10. Estructura del mercado turístico
- 4.10.1. Estructura del mercado turístico mundial: la Globalización
- 4.10.2. Estructura del mercado turístico internacional
- 4.10.3. Estructura del mercado turístico nacional
- 4.10.4. Estructura del mercado turístico regional

Módulo 5. Publicidad y comunicación turística interactiva

5.1. Introducción: visión general del internet
- 5.1.1. La transformación de los modelos de negocios turísticos

5.2. Fundamentos del Marketing digital. Estrategia digital
- 5.2.1. Estrategias del Marketing digital para la empresa turística

5.3. Redes y medios sociales: Facebook, Twitter, Instagram

5.4. Estrategia y gestión de contenidos: Blogger, WordPress, Medium, About.me

5.5. Métricas digitales. Analítica web 2.0

5.6. Mobile y Apps

5.7. Publicidad y medios digitales

5.8. Buscadores: SEO, SEM, Google AdSense, Google Ads

5.9. Comunicación 2.0. *Online Reputation Management. Community Management*

5.10. Email Marketing

Módulo 6. Gestión de la calidad e innovación en Turismo

6.1. Gestión de la calidad en el servicio
- 6.1.1. Calidad de los servicios
- 6.1.2. Características y dimensiones de la calidad del servicio
- 6.1.3. La calidad desde la perspectiva de los clientes. Niveles de calidad

6.2. Gestión de la calidad turística
- 6.2.1. Conceptos básicos sobre gestión de calidad
- 6.2.2. Los sistemas de gestión de la calidad
- 6.2.3. La calidad como herramienta de gestión
- 6.2.4. Sistemas de gestión de la calidad
- 6.2.5. Sistemas de gestión de calidad total
- 6.2.6. Normalización de la calidad nacional e internacional

6.3. Introducción a la calidad: conceptos y evolución
- 6.3.1. La calidad del servicio en el sector turístico
- 6.3.2. Conceptos de calidad
- 6.3.3. Evolución del concepto de calidad
- 6.3.4. Dimensiones y principios del concepto de calidad
- 6.3.5. El proceso de calidad en los clientes internos y externos

6.4. Principales teorías de la calidad
- 6.4.1. Las teorías de calidad aplicadas al sector turístico
- 6.4.2. Gestión de la calidad total (Deming)
- 6.4.3. Gestión de la calidad total (Juran)
- 6.4.4. Gestión de la calidad total (Crosby)
- 6.4.5. Gestión de la calidad total (Feigenbaum)
- 6.4.6. Gestión de la calidad total (Ishikawa)
- 6.4.7. Gestión de la calidad total (Taguchi)
- 6.4.8. Gestión de la calidad total (TQM) aplicada al sector turístico

6.5. Costes de calidad en las empresas turísticas
- 6.5.1. Concepto y clasificación de costes asociados con la calidad
- 6.5.2. Costes derivados de los fallos
- 6.5.3. Inversión de las actividades preventivas
- 6.5.4. Costes generados por el control y las evaluaciones
- 6.5.5. La curva de los costes totales asociados a la calidad
- 6.5.6. La importancia de la gestión de los costes derivados de la calidad en la empresa turística

6.6. Análisis, diagnóstico, planificación y control de la calidad en el Turismo
- 6.6.1. El proceso de un servicio turístico de calidad
- 6.6.2. Diseño e implantación de un sistema de calidad en la empresa turística
- 6.6.3. Fases del proceso de implantación de un sistema de calidad

6.7. Procesos de implantación de un sistema de calidad y medioambiente
- 6.7.1. Interpretación de la norma
- 6.7.2. Implantación de procesos y manuales de calidad
- 6.7.3. Las herramientas de calidad
- 6.7.4. Planes de mejora
- 6.7.5. Auditoría interna y externa

6.8. Calidad turística
- 6.8.1. La calidad en la política turística estatal y regional
- 6.8.2. Sistema de Calidad Turístico Español
- 6.8.3. Instituto para la Calidad Turística Española: normalización y certificación
- 6.8.4. Normas UNE e ISO en calidad turística
- 6.8.5. Normas de calidad turística internacionales

6.9. Gestión de la calidad en los servicios turísticos
- 6.9.1. Calidad del servicio turístico y percepción del cliente
- 6.9.2. Técnicas para averiguar la satisfacción del cliente
- 6.9.3. Gestión de reputación online de sugerencias y reclamaciones
- 6.9.4. SERVQUAL modelo aplicado a la empresa turística
- 6.9.5. Modelo HOTELQUAL

6.10. La innovación en el sector turístico
- 6.10.1. Gestión de la innovación
- 6.10.2. Introducción a la innovación
- 6.10.3. Tipos de innovación. Innovación en procesos de gestión
- 6.10.4. Gestión de la innovación: estrategias
- 6.10.5. Normalización en I+D+i

Módulo 7. Comportamiento del consumidor

7.1. Comportamiento del consumidor y Marketing
- 7.1.1. El Marketing y el comportamiento del consumidor
- 7.1.2. El estudio del comportamiento del consumidor
- 7.1.3. El concepto de comportamiento del consumidor
- 7.1.4. El consumidor
- 7.1.5. El comportamiento del consumidor y el Marketing mix
- 7.1.6. Modelos del comportamiento del consumidor

7.2. Factores externos
- 7.2.1. Factores externos: Macroentorno vs. Microentorno
- 7.2.2. Entorno demográfico
- 7.2.3. Entorno económico
- 7.2.4. Entorno político legal, medioambiental, tecnológico
- 7.2.5. Entorno social y cultural
- 7.2.6. Clases sociales
- 7.2.7. Grupos sociales
- 7.2.8. La familia
- 7.2.9. Factores situacionales

7.3. Factores internos
- 7.3.1. Necesidades, deseos y motivaciones
- 7.3.2. Percepciones
- 7.3.3. Experiencia y aprendizaje
- 7.3.4. Memoria
- 7.3.5. Actitudes
- 7.3.6. Características personales

7.4. El proceso de decisión de compra
- 7.4.1. El proceso de decisión
- 7.4.2. El reconocimiento de la necesidad
- 7.4.3. La búsqueda de información
- 7.4.4. El proceso de evaluación de alternativas

7.5. Decisiones de compra y comportamiento poscompra
- 7.5.1. La decisión de compra
- 7.5.2. La elección del establecimiento y de la marca
- 7.5.3. Los procesos poscompra
- 7.5.4. Los determinantes de la satisfacción/insatisfacción

7.6. Tendencias en el comportamiento del consumidor
- 7.6.1. Nuevo escenario social para un nuevo consumidor
- 7.6.2. Tipos de comportamiento de compra
- 7.6.3. Estilos de decisión de compra
- 7.6.4. Nivel de implicación del consumidor
- 7.6.5. Shopping o “ir de tiendas”
- 7.6.6. Compra por impulso y compra compulsiva
- 7.6.7. El consumidor en la red
- 7.6.8. Consumerismo y protección del consumidor

Módulo 8. Publicidad y relaciones públicas

8.1. Publicidad y relaciones públicas: fundamentos conceptuales
- 8.1.1. ¿Qué es la comunicación persuasiva?
- 8.1.2. Concepto y dimensiones de la publicidad y de las relaciones públicas

8.2. Aproximación histórica al fenómeno de la publicidad y de las relaciones públicas
- 8.2.1. Nuevas tendencias publicitarias actuales. Ámbitos de aplicación actual de las RRPP
- 8.2.2. Patrocinio, Mecenazgo, *Lobbing*, *Publicity*

8.3. Fundamentos del sistema y proceso publicitario
- 8.3.1. El emisor en la publicidad: el anunciante y la agencia de publicidad
- 8.3.2. Características generales de proceso

8.4. El mensaje en la publicidad
- 8.4.1. Mensajes publicitarios en medios convencionales

8.5. El canal en la publicidad: los medios, los soportes y las formas publicitarias
- 8.5.1. Medios convencionales y *Below the Line*

8.6. El receptor en la publicidad: el público objetivo
- 8.6.1. El comportamiento del consumidor: factores condicionantes

8.7. Fundamentos del proceso publicitario
- 8.7.1. Planificación estratégica de la publicidad
- 8.7.2. Fase previa: el Briefing y los objetivos publicitarios
- 8.7.3. La estrategia creativa y la estrategia de medios

8.8. Fundamentos del sistema y el proceso de las relaciones públicas
- 8.8.1. El emisor en las relaciones públicas
- 8.8.2. Las relaciones públicas en las organizaciones
- 8.8.3. La empresa de relaciones públicas

8.9. El mensaje en las relaciones públicas
- 8.9.1. La redacción en las relaciones públicas
- 8.9.2. La expresión oral en las relaciones públicas

8.10. El canal en las relaciones públicas
- 8.10.1. Medios personales y masivos
- 8.10.2. El receptor en las relaciones públicas
- 8.10.3. Públicos estratégicos de las relaciones públicas

Módulo 9. Gestión pública de destinos turísticos

9.1. La política turística
- 9.1.1. Política turística: concepto y justificación de su uso
- 9.1.2. Evolución de la política turística en España
- 9.1.3. El marco general de las políticas autonómicas y locales

9.2. La organización administrativa del Turismo
- 9.2.1. El marco político-administrativo de la planificación de los espacios turísticos
- 9.2.2. La planificación como función de la política turística

9.3. Marco institucional, jurídico y financiero de los municipios
- 9.3.1. La operativa fiscal de los municipios españoles
- 9.3.2. El gasto local de los municipios españoles

9.4. La gestión de los destinos turísticos
- 9.4.1. Modelos de gestión de destinos turísticos a nivel de países, regiones y estados, ciudades y lugares

9.5. La importancia de la gobernanza en la gestión
- 9.5.1. La perspectiva de una política turística de participación comunitaria

9.6. Ámbito-Fórmula jurídica e institucional
- 9.6.1. La función de las federaciones de municipios españoles

9.7. Modelos de gestión turística local
- 9.7.1. Instrumentos sectoriales y planes territoriales
- 9.7.2. El proceso de planificación territorial del Turismo
- 9.7.3. Planes territoriales turísticos. Estudio de casos

9.8. Observatorios turísticos como indicadores de la gestión pública
- 9.8.1. Informes macroturísticos
- 9.8.2. Informes de evolución cualitativa y cuantitativa
- 9.8.3. Estudios específicos

9.9. Clústeres y Asociaciones Empresariales Innovadoras (AEI)
- 9.9.1. Definición de AEI-clúster de innovación
- 9.9.2. Ventajas y estrategias de pertenencia a un clúster innovador

9.10. Destinos turísticos inteligentes
- 9.10.1. Concepto de DTI
- 9.10.2. Red de Destinos Inteligentes

Módulo 10. Turismo y cooperación al desarrollo local

10.1. Aproximación al problema del desarrollo
- 10.1.1. Conceptos básicos
- 10.1.2. Pobreza y desarrollo
- 10.1.3. Tipos de Turismo y sostenibilidad
- 10.1.4. Desequilibrios Norte/Sur. Concepto de desarrollo
- 10.1.5. Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Derechos humanos

10.2. Ayudas, actores y marco legal de la Cooperación Internacional al Desarrollo
- 10.2.1. Evolución histórica de la Cooperación Internacional al Desarrollo
- 10.2.2. Introducción a la Cooperación Internacional al Desarrollo
- 10.2.3. Breve historia de los sistemas de cooperación al desarrollo
- 10.2.4. La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)
- 10.2.5. Orientaciones de la cooperación española en el programa 2013-2016

10.3. Las políticas nacionales de cooperación internacional
- 10.3.1. Políticas nacionales de cooperación internacional de la AECID
- 10.3.2. Plan director de cooperación española
- 10.3.3. Criterios seleccionados para la cooperación española. ¿Dónde cooperamos?
- 10.3.4. Mejoras en el nuevo plan de cooperación española
- 10.3.5. Reflexiones sobre las políticas nacionales de cooperación

10.4. Turismo, herramienta de cooperación internacional
- 10.4.1. El papel de la mujer en las políticas de cooperación internacional
- 10.4.2. Derechos de la mujer y su integración en las políticas de cooperación de la AECID
- 10.4.3. Diferencias y similitudes entre MED y GED
- 10.4.4. Conferencias mundiales de la mujer
- 10.4.5. Cronología de conferencias y legislación española sobre la igualdad de género

10.5. La gestión en el sector no lucrativo
- 10.5.1. El crecimiento del sector no lucrativo y el asociacionismo a escala mundial
- 10.5.2. El sector no lucrativo y sus organizaciones: clasificación
- 10.5.3. La gestión de las organizaciones no lucrativas como cooperación al desarrollo turístico local

10.6. La planificación estratégica en las organizaciones no lucrativas
- 10.6.1. Conceptualización
- 10.6.2. La planificación estratégica paso a paso

10.7. El impacto de las asociaciones en la sociedad
- 10.7.1. Las contribuciones a la calidad de vida y gobernabilidad de los países
- 10.7.2. Consecuencias negativas de la acción del tercer sector
- 10.7.3. La colaboración en el sector no lucrativo

10.8. El ecoturismo como estrategia de cooperación al desarrollo local
- 10.8.1. Orígenes del ecoturismo
- 10.8.2. Elementos que integran el ecoturismo
- 10.8.3. Aspectos económicos vinculados al ecoTurismo
- 10.8.4. Participación de la población local

10.9. Planificación ecoturística
- 10.9.1. Diseño de un proyecto
- 10.9.2. Marketing ecoturista
- 10.9.3. Canales de distribución
- 10.9.4. Responsabilidad del ecoturista

10.10. Estudios de casos
- 10.10.1. Turismo étnico comunitario: un estudio de caso en Chiang Rai
- 10.10.2. El desarrollo comunitario hacia un Turismo Sostenible
- 10.10.3. El Turismo en Tailandia: aproximaciones y políticas comunitarias
- 10.10.4. Integración del desarrollo de las políticas sociales por la comunidad local
- 10.10.5. Desarrollo de planes locales: problemas y beneficios de la participación local

Gestionarás el patrimonio cultural de forma eficiente y aplicarás estrategias de marketing para promover destinos turísticos responsables”

04

Objetivos docentes

Este Máster Título Propio tiene como objetivo instruir profesionales capaces de diseñar, gestionar e implementar estrategias innovadoras que equilibren el desarrollo turístico con la sostenibilidad ambiental, social y económica. A través de un enfoque práctico y multidisciplinario, se dotarán con las herramientas avanzadas para la planificación de destinos sostenibles, la gestión del patrimonio cultural y la aplicación de estrategias de marketing y comunicación turística. Asimismo, sabrán tomar decisiones basadas en datos y adoptar modelos de calidad e innovación que promuevan un Turismo responsable y competitivo a nivel global.

Dominarás herramientas avanzadas para la gestión del patrimonio cultural y la optimización del desarrollo turístico responsable"

Objetivos generales

- Desarrollar habilidades para la planificación y gestión de espacios turísticos sostenibles
- Aplicar estrategias de marketing y comunicación en el sector turístico
- Gestionar el patrimonio cultural como recurso clave para el Turismo
- Analizar el comportamiento del consumidor y su impacto en la oferta turística
- Implementar modelos de calidad e innovación en la industria del Turismo
- Comprender la estructura de los mercados turísticos y sus dinámicas
- Diseñar estrategias de publicidad y relaciones públicas adaptadas al sector
- Fomentar el desarrollo local a través del Turismo y la cooperación internacional
- Integrar criterios de sostenibilidad en la gestión pública de destinos turísticos
- Aplicar herramientas digitales para la promoción y gestión de experiencias turísticas responsables

Diseñarás políticas que promuevan el Turismo Sostenible, integrando aspectos ambientales, sociales y económicos"

Objetivos específicos

Módulo 1. Planificación y gestión de espacios turísticos sostenibles
- Desarrollar estrategias para la gestión eficiente de recursos naturales en destinos turísticos
- Aplicar metodologías para evaluar el impacto ambiental, social y económico del Turismo

Módulo 2. Gestión del patrimonio cultural
- Analizar las mejores prácticas para la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural
- Implementar estrategias de Turismo cultural que equilibren rentabilidad y sostenibilidad

Módulo 3. Fundamentos del Marketing
- Aplicar estrategias de marketing adaptadas a la industria turística sostenible
- Identificar tendencias y necesidades del mercado para desarrollar productos turísticos innovadores

Módulo 4. Estructura de mercados turísticos
- Comprender la dinámica y segmentación de los mercados turísticos globales
- Evaluar el impacto de la oferta y la demanda en la competitividad de los destinos turísticos

Módulo 5. Publicidad y comunicación turística interactiva
- Diseñar campañas de publicidad digital enfocadas en la promoción del Turismo sostenible
- Implementar estrategias de comunicación interactiva para mejorar la experiencia del turista

Módulo 6. Gestión de la calidad e innovación en Turismo
- Aplicar modelos de calidad para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector turístico
- Diseñar planes de innovación orientados a la optimización de servicios turísticos

Módulo 7. Comportamiento del consumidor
- Analizar las motivaciones y preferencias del consumidor en el ámbito turístico
- Desarrollar estrategias para mejorar la experiencia del turista a partir de su comportamiento

Módulo 8. Publicidad y relaciones públicas
- Diseñar estrategias de relaciones públicas para fortalecer la imagen de destinos turísticos sostenibles
- Aplicar técnicas de comunicación para gestionar la reputación y credibilidad en el sector

Módulo 9. Gestión pública de destinos turísticos
- Evaluar políticas públicas y marcos normativos que regulan el desarrollo turístico
- Implementar estrategias de gestión sostenible en destinos turísticos desde una perspectiva gubernamental

Módulo 10. Turismo y cooperación al desarrollo local
- Diseñar proyectos de Turismo sostenible que contribuyan al desarrollo de comunidades locales
- Aplicar modelos de cooperación internacional para fomentar el Turismo responsable

05

Salidas profesionales

Los egresados de este Máster Título Propio estarán preparados para desempeñar roles estratégicos en el sector turístico, tanto en el ámbito público como privado. Así, podrán ocupar cargos como gestores de destinos sostenibles, consultores en planificación turística, responsables de marketing en empresas del sector, especialistas en Turismo cultural o asesores en políticas de Turismo sostenible. Asimismo, tendrán la oportunidad de liderar proyectos de cooperación internacional, trabajar en organismos gubernamentales y empresas innovadoras que promuevan un Turismo responsable y competitivo. En definitiva, los egresados podrán enfrentar los desafíos del sector con una visión estratégica y un enfoque orientado a la sostenibilidad.

Realizarás evaluaciones de impacto ambiental y social de los proyectos turísticos, asegurando que estos no afecten negativamente al entorno"

Perfil del egresado

El egresado será un profesional con una visión global y sostenible del Turismo, capaz de diseñar e implementar estrategias innovadoras para el desarrollo de destinos turísticos responsables. A su vez, contará con habilidades en planificación, gestión de calidad, marketing y comunicación turística, así como en la conservación del patrimonio cultural. Además, su capacidad analítica y su dominio de herramientas digitales le permitirán optimizar recursos y mejorar la experiencia del turista. Por último, este experto obtendrá competencias para liderar proyectos de cooperación y aplicar modelos de desarrollo sostenible que equilibren el crecimiento económico con la preservación del entorno.

Accederás a oportunidades en empresas innovadoras que buscan transformar el sector con modelos sostenibles"

- **Innovación y Calidad en Servicios Turísticos:** diseñar modelos de calidad e innovación que mejoren la competitividad y sostenibilidad del sector
- **Gestión del Patrimonio Cultural:** desarrollar estrategias que equilibren la conservación del patrimonio con su aprovechamiento turístico responsable
- **Planificación y Regulación de Destinos Sostenibles:** conocer normativas y políticas públicas para implementar modelos de Turismo alineados con el desarrollo sostenible
- **Publicidad y Comunicación Turística:** dominar estrategias de comunicación, relaciones públicas y branding para fortalecer la imagen de destinos turísticos

Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Gestor de Destinos Turísticos Sostenibles:** responsable del diseño y ejecución de estrategias para el desarrollo de destinos alineados con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.
2. **Consultor en Turismo Responsable:** especialista en la planificación y optimización de proyectos turísticos sostenibles, asesorando a empresas y gobiernos en la aplicación de modelos innovadores.
3. **Director de Marketing Turístico:** encargado de diseño de campañas y estrategias de comunicación para la promoción de experiencias turísticas sostenibles en mercados nacionales e internacionales.
4. **Gestor de Patrimonio Cultural y Turismo:** responsable de la conservación y promoción del patrimonio cultural, asegurando su aprovechamiento turístico de manera responsable y sostenible.
5. **Especialista en Calidad e Innovación Turística:** encargado de implementar modelos de calidad y estrategias de innovación para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector.
6. **Director de Comunicación en Empresas Turísticas:** responsable de la gestión de la imagen y reputación de empresas y destinos turísticos, utilizando estrategias de relaciones públicas y publicidad.
7. **Gerente de Desarrollo de Productos Turísticos:** diseñador de experiencias turísticas innovadoras y sostenibles, adaptadas a las tendencias del mercado y las necesidades del consumidor.
8. **Coordinador de Proyectos de Turismo y Cooperación Internacional:** líder en la implementación de iniciativas turísticas que fomentan el desarrollo económico y social de comunidades locales a través de la cooperación global.
9. **Encargado de la Gestión Pública de Destinos Turísticos:** planificador de la regulación del Turismo en el ámbito gubernamental, promoviendo políticas de desarrollo sostenible.
10. **Director de Empresas Turísticas Sostenibles:** responsable de la gestión integral de negocios turísticos con enfoque en sostenibilidad, innovación y competitividad en el mercado global.

06

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% online 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.

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% online: 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% online 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 online 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 online, 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.

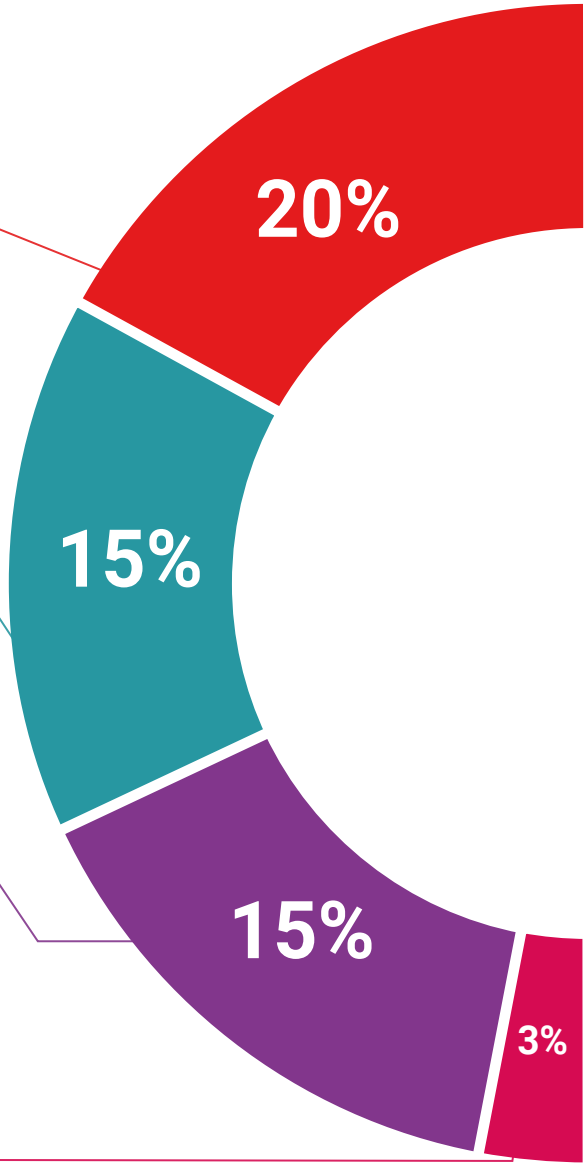
Resúmenes interactivos

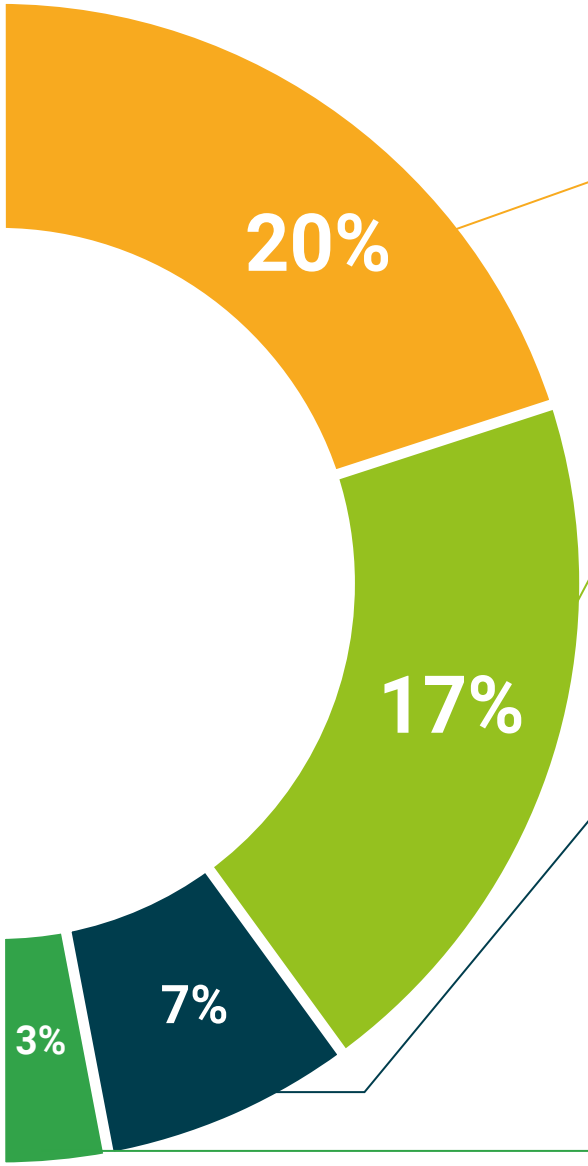
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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.

07

Titulación

El Máster Título Propio en Turismo Sostenible garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites"

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster en Turismo Sostenible** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ***(boletín oficial)***. Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

TECH es miembro de la **Economics, Business and Enterprise Association (EBEA)**, una entidad de prestigio dedicada a impulsar la excelencia profesional en ciencias empresariales. Esta vinculación fortalece su compromiso con la excelencia académica en el ámbito empresarial.

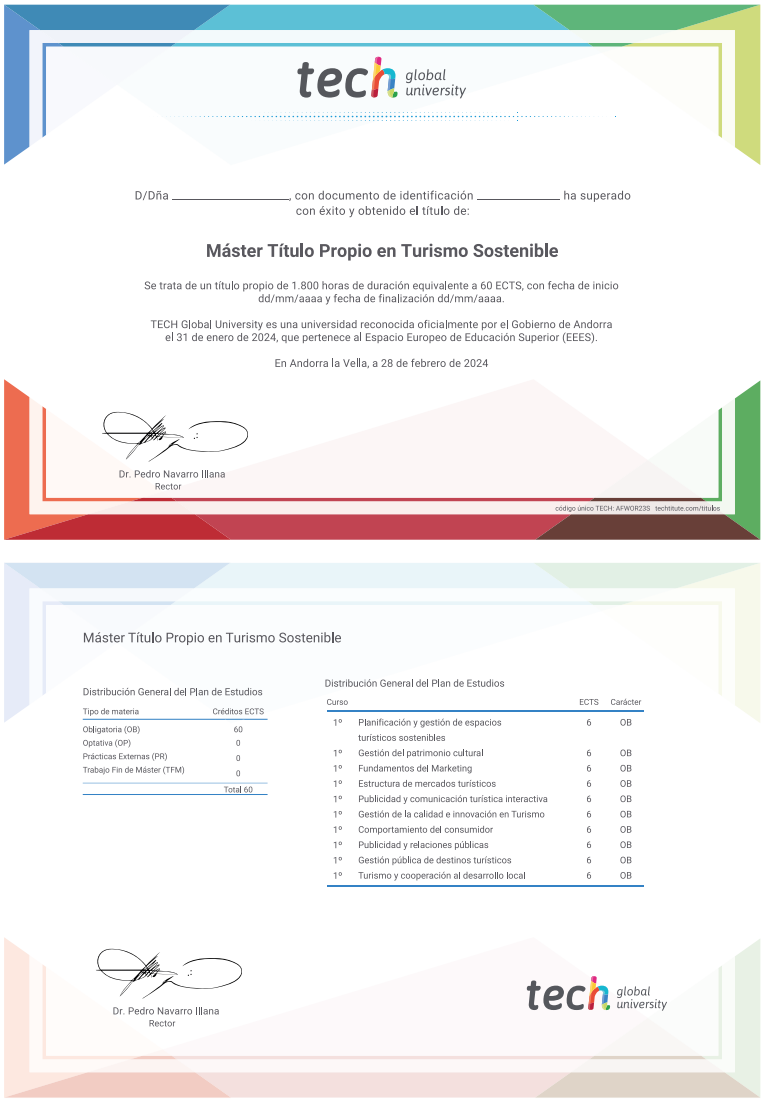
TECH es miembro de:

Título: **Máster Título Propio en Turismo Sostenible**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**



tech global university

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Máster Título Propio en Turismo Sostenible

Se trata de un título propio de 1.800 horas de duración equivalente a 60 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

Máster Título Propio en Turismo Sostenible

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria (OB)	60
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 60

Distribución General del Plan de Estudios

Curso		ECTS	Carácter
1º	Planificación y gestión de espacios turísticos sostenibles	6	OB
1º	Gestión del patrimonio cultural	6	OB
1º	Fundamentos del Marketing	6	OB
1º	Estructura de mercados turísticos	6	OB
1º	Publicidad y comunicación turística interactiva	6	OB
1º	Gestión de la calidad e innovación en Turismo	6	OB
1º	Comportamiento del consumidor	6	OB
1º	Publicidad y relaciones públicas	6	OB
1º	Gestión pública de destinos turísticos	6	OB
1º	Turismo y cooperación al desarrollo local	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech global university

Máster Título Propio
Turismo Sostenible

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Máster Título Propio
Turismo Sostenible

Economics, Business
and Enterprise Association

tech global university