

Máster Semipresencial

Turismo Sostenible

Aval/Membresía



Economics, Business
and Enterprise Association

A photograph of hikers on a mountain trail, showing their legs and trekking poles. The image is partially obscured by a diagonal white and grey overlay.

tech
universidad



Máster Semipresencial Turismo Sostenible

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/master-semipresencial/master-semipresencial-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

Prácticas

pág. 26

06

Centros de prácticas

pág. 32

07

Salidas profesionales

pág. 36

08

Metodología de estudio

pág. 40

09

Titulación

pág. 50

01

Presentación del programa

El Turismo Sostenible ha cobrado un papel fundamental en la agenda global, al equilibrar el desarrollo económico con la preservación ambiental y el respeto sociocultural. Según datos de la Organización Mundial del Turismo, el 73 % de los viajeros considera importante que sus desplazamientos tengan un impacto positivo en las comunidades locales. En respuesta a esta creciente conciencia y a la necesidad de profesionales capaces de implementar prácticas responsables, surge el programa universitario de TECH Universidad, diseñado para abordar los desafíos reales del sector desde una perspectiva integral. Inicialmente, la metodología se basa en una fase online que permite el abordaje teórico, seguida por una etapa práctica, en la que se aplican los conocimientos adquiridos en entornos reales y controlados.





“

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

En un escenario global marcado por la urgencia climática y el agotamiento de recursos naturales, emerge la necesidad de repensar las dinámicas del turismo tradicional. Bajo esta perspectiva, se impulsa una gestión más consciente de los destinos, con el fin de reducir los impactos negativos en los entornos naturales y socioculturales. El enfoque sostenible no solo aporta al cuidado ambiental, sino que también mejora la experiencia del viajero y promueve el bienestar de las comunidades locales. Así, esta visión se consolida como una herramienta estratégica para construir una industria turística más resiliente, ética y competitiva.

Consciente de estos desafíos, el plan académico de TECH Universidad incorpora una estructura centrada en la comprensión integral del turismo desde una mirada sostenible. A través de contenidos actualizados, se profundizará en la gestión de espacios turísticos bajo criterios de conservación, eficiencia y responsabilidad social. Además, se abordarán los distintos tipos de mercados turísticos, atendiendo a las nuevas demandas de los viajeros y a la evolución de las dinámicas económicas y culturales que configuran el sector, favoreciendo así una preparación sólida para enfrentar retos reales en entornos profesionales diversos y exigentes.

Una de las principales fortalezas de TECH Universidad radica en su innovador enfoque metodológico. Por ello, contará con una primera fase online y posteriormente, la experiencia se complementará con una instancia práctica en una entidad reconocida del sector turístico. Esta combinación se reforzará con el método *Relearning*, que facilita la adquisición duradera del conocimiento mediante la reiteración inteligente de conceptos clave en diferentes contextos de aplicación.

Gracias a la membresía en la **Economics, Business and Enterprise 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 Semipresencial en Turismo Sostenible** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- Desarrollo de más de 100 casos prácticos presentados por profesionales en gestión turística sostenible y docentes con amplia trayectoria en el desarrollo de proyectos responsables con el entorno
- Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información imprescindible sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Gestión y evaluación de destinos turísticos, con especial atención a los impactos medioambientales, socioculturales y económicos
- Con un enfoque centrado en la evidencia empírica y las metodologías aplicadas a la investigación en Turismo Sostenible
- Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- Además, podrás realizar una estancia de prácticas en una de las mejores empresas



Forma parte de una metodología online y práctica que te brindará las posibilidades para adquirir los conocimientos más actualizados en Turismo”



Elevarás tus competencias para la comprensión y gestión de los distintos tipos de mercados turísticos en contextos cambiantes”

En esta propuesta de Máster, de carácter profesionalizante y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de profesionales del sector turístico que operan en entornos con alta sensibilidad ambiental y social, y que demandan un elevado nivel de especialización. Los contenidos están basados en la última evidencia científica, y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico profesional, los contenidos teórico-prácticos facilitarán la actualización del conocimiento y respaldarán la toma de decisiones en la gestión responsable de destinos turísticos.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional del Turismo un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales. El diseño de este programa está basado en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del mismo. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Goza de un aprendizaje resolutivo y vanguardista a través de contenidos didácticos presentes en modernos formatos multimedia.

Perfeccionarás tu dominio de los distintos enfoques aplicados a la gestión turística sostenible, impulsando tu práctica hacia los más altos estándares del sector actual.



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».

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 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.

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 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.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

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

Este programa universitario integra un repertorio amplio y actualizado de conceptos clave vinculados al Turismo Sostenible. Por lo tanto, se abordará de manera rigurosa temáticas como la publicidad y la comunicación turística, orientadas al diseño de estrategias eficaces para la proyección de destinos en entornos competitivos. Asimismo, se profundizará en la calidad e innovación en turismo, lo que favorece la implementación de experiencias diferenciadoras alineadas con las nuevas exigencias del sector. A su vez, el estudio de los distintos mercados turísticos proporciona herramientas analíticas para interpretar tendencias y adaptar propuestas, fortaleciendo así las competencias estratégicas de los profesionales.



“

Incorporarás a tu práctica diaria las últimas tendencias en calidad e innovación turística para diseñar experiencias diferenciadas y adaptadas a las nuevas demandas del sector”

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 diagnóstico
 - 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

“Esta titulación universitaria representa la propuesta académica más actual del mercado y te garantizará una actualización inmediata y rigurosa”

04

Objetivos docentes

La meta principal de este programa universitario es fortalecer en los profesionales las capacidades necesarias para aplicar los principios del Turismo Sostenible en contextos diversos del ámbito turístico. A través de una estructura que integra contenidos especializados y actividades prácticas, se promoverá la comprensión profunda de los desafíos actuales del sector y el desarrollo de habilidades para afrontarlos con criterio técnico. De esta manera, se impulsará una capacitación orientada a la calidad, la innovación y el análisis estratégico de los distintos mercados turísticos.



“

TECH Universidad te brindará una metodología diferencial que favorecerá el desarrollo de competencias clave en un ámbito caracterizado por su constante evolución”

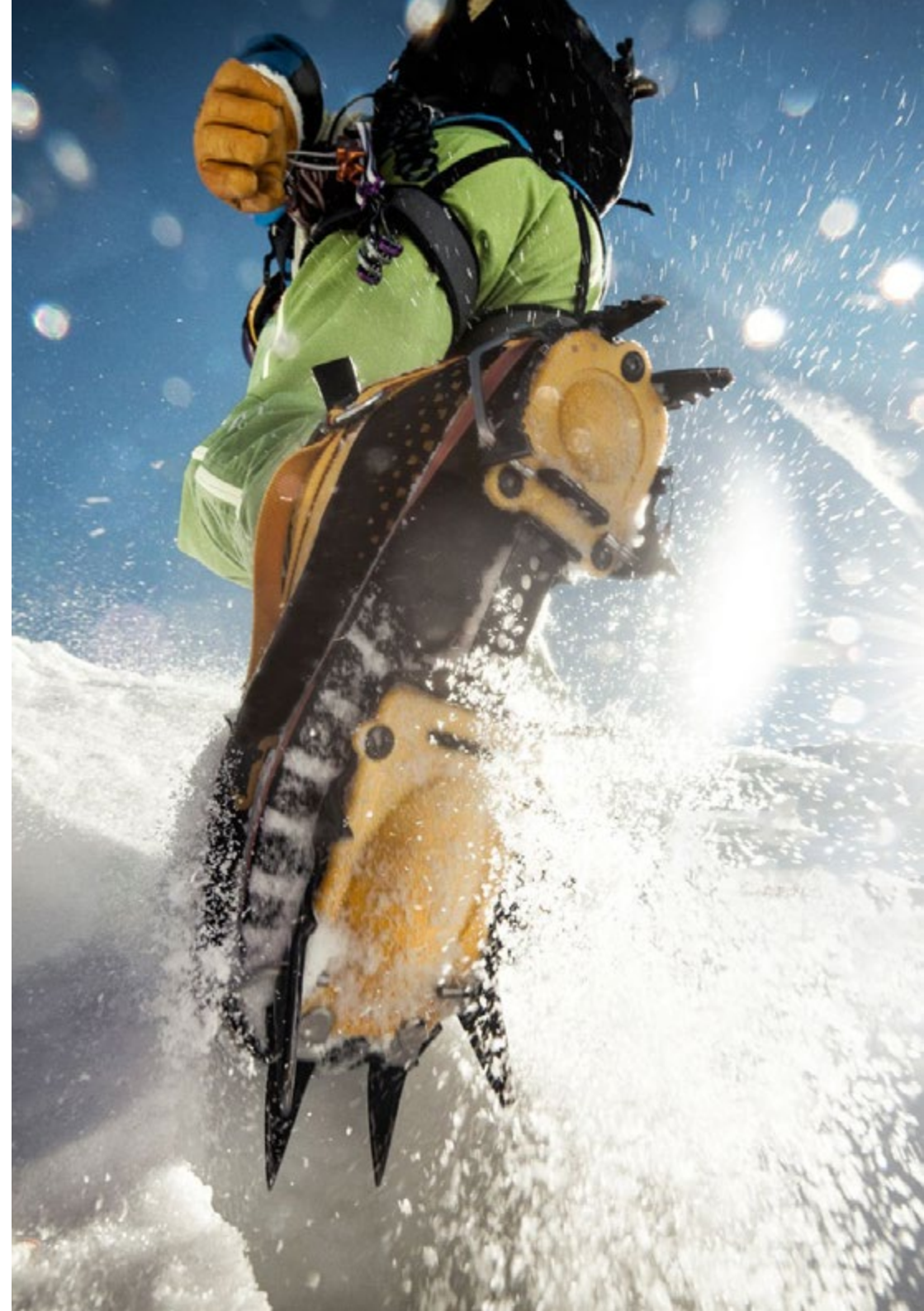


Objetivo general

- Esta titulación universitaria tiene como propósito proporcionar al alumnado una visión integral del Turismo Sostenible, abordando sus fundamentos conceptuales, su evolución normativa y sus aplicaciones prácticas en distintos contextos territoriales. También, se busca promover una comprensión crítica de los impactos ambientales, sociales y económicos del turismo, así como fomentar el diseño de propuestas alineadas con criterios de sostenibilidad. Además, se incentiva el pensamiento estratégico, la capacidad de diagnóstico y la toma de decisiones fundamentadas, esenciales para impulsar modelos turísticos responsables y adaptados a las dinámicas contemporáneas del sector



Ponte al día en las nuevas estrategias de turismo orientadas a la cooperación y al desarrollo local, promoviendo iniciativas que generen beneficios sostenibles en las comunidades receptoras"





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 Prácticas

Tras completar la fase online, el profesional accederá a una estancia práctica en una entidad de referencia del sector, donde podrá consolidar y enriquecer los conocimientos adquiridos. Además, este proceso contará con la orientación de un tutor especializado, lo que garantizará un acompañamiento técnico riguroso y alineado con los objetivos del programa universitario.



“

Realizarás tus prácticas en una entidad de referencia perteneciente a la industria turística”

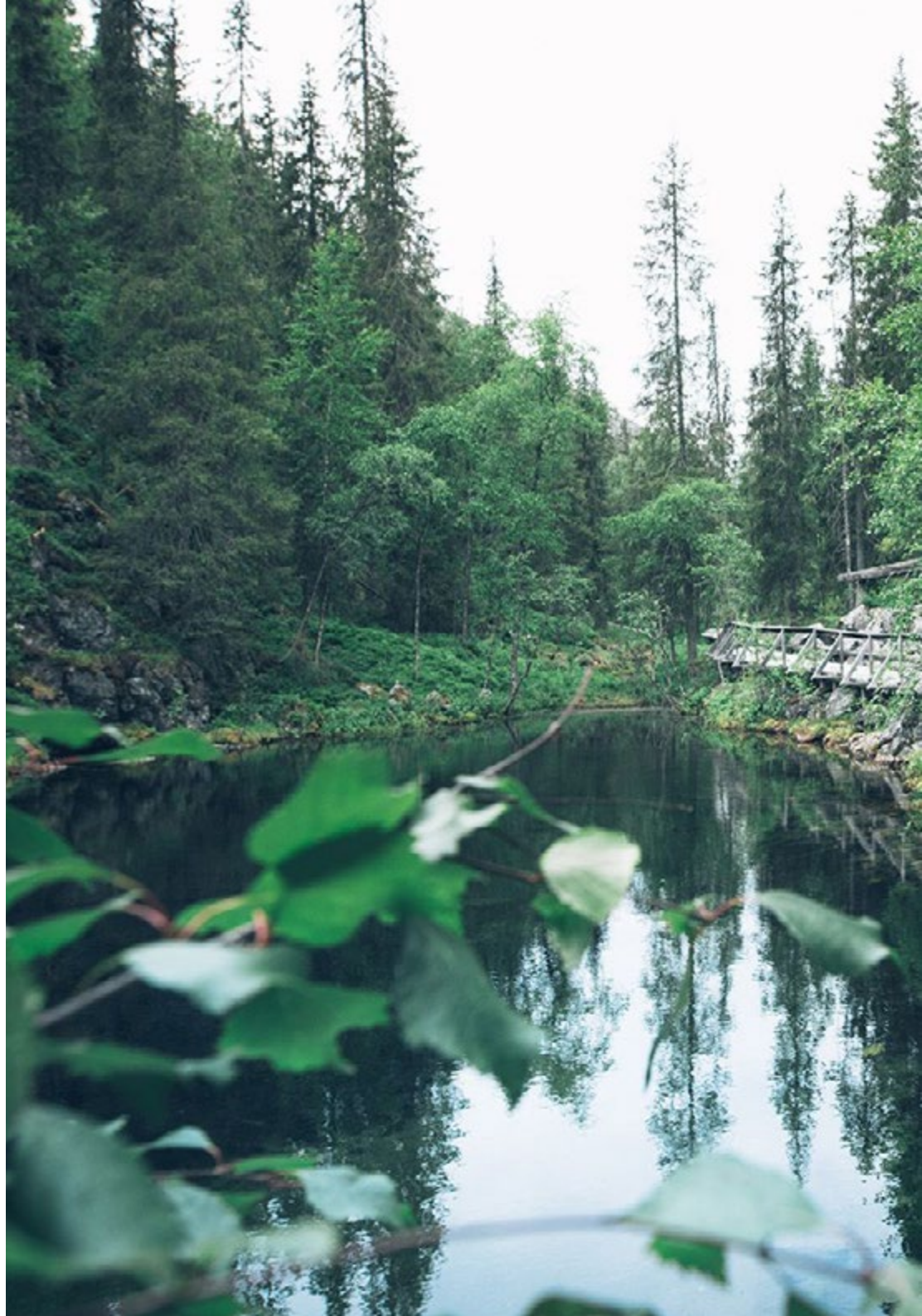
El período de capacitación práctica de este programa universitario en Turismo Sostenible contempla una estancia intensiva en una entidad reconocida del sector, desarrollada en jornadas consecutivas de lunes a viernes, bajo la supervisión directa de un profesional especializado. Esta experiencia permitirá al egresado integrarse en un entorno real, colaborando con equipos técnicos de referencia y aplicando conocimientos adquiridos en situaciones concretas del ámbito turístico.

Dentro de esta propuesta de carácter marcadamente práctico, las actividades están orientadas al desarrollo y perfeccionamiento de habilidades vinculadas a la sostenibilidad turística, un campo que exige un alto nivel de especialización. En ese sentido, las prácticas estarán centradas en procesos que permitan abordar la planificación, gestión y evaluación de proyectos turísticos con impacto positivo en el territorio y las comunidades locales.

Así, este programa universitario se configura como una oportunidad clave para que los profesionales se adentren en entornos innovadores y alineados con los desafíos actuales del turismo. Además, podrán aplicar metodologías sostenibles en escenarios reales, accediendo a espacios equipados y contextos colaborativos, lo que facilitará la consolidación de sus capacidades en un marco práctico, dinámico y altamente exigente.

La parte práctica se realizará con la participación activa del estudiante desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que faciliten el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la praxis turística (aprender a ser y aprender a relacionarse).

Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la parte práctica de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro y su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:





Módulo	Actividad Práctica
Diseño estratégico de espacios turísticos con enfoque sostenible	Analizar el sistema turístico y la caracterización de escenarios sostenibles
	Evaluar políticas turísticas aplicadas al desarrollo sostenible
	Diseñar un esquema básico de plan estratégico para un destino turístico
	Aplicar el análisis DAFO en la planificación de espacios turísticos
Estrategias de manejo del patrimonio cultural en destinos turísticos	Analizar el valor del patrimonio cultural en la configuración de productos turísticos
	Evaluar políticas de conservación aplicadas en contextos turísticos reales
	Identificar recursos patrimoniales con potencial turístico en distintos territorios
	Diseñar propuestas de interpretación del patrimonio orientadas al visitante
Análisis de la estructura y dinámica de los mercados turísticos	Examinar la evolución histórica del turismo y su influencia en los modelos actuales de desarrollo turístico
	Interpretar los factores que condicionan la demanda turística y su relación con la estacionalidad y las nuevas tendencias
	Evaluar la estructura y funcionamiento de los mercados turísticos en diferentes escalas territoriales
	Analizar la interacción entre oferta y demanda turística, considerando los recursos disponibles y la incorporación de innovaciones tecnológicas
Creación de campañas digitales sostenibles para la promoción de destinos turísticos	Diseñar una estrategia digital aplicada a la promoción de un destino turístico, integrando herramientas de marketing online
	Gestionar contenidos turísticos en plataformas digitales y redes sociales, adaptando el mensaje al público objetivo
	Aplicar técnicas de posicionamiento web (SEO y SEM) para aumentar la visibilidad de productos turísticos en buscadores
	Analizar métricas digitales para evaluar el rendimiento de campañas de comunicación turística interactiva

Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de la universidad es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, la universidad se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



Condiciones generales de la capacitación práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

1. TUTORÍA: durante el Máster Semipresencial el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.

2. DURACIÓN: el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.

3. INASISTENCIA: en caso de no presentarse el día del inicio del Máster Semipresencial, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

4. CERTIFICACIÓN: el alumno que supere el Máster Semipresencial recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

5. RELACIÓN LABORAL: el Máster Semipresencial no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

6. ESTUDIOS PREVIOS: algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización del Máster Semipresencial. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

7. NO INCLUYE: el Máster Semipresencial no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

06

Centros de prácticas

TECH Universidad ofrece al alumnado la posibilidad de consolidar sus conocimientos en Turismo Sostenible mediante una estancia práctica en un centro de prestigio, cuidadosamente seleccionado por su trayectoria en el sector. Esta experiencia, diseñada para fortalecer la aplicación real de los contenidos aprendidos, podrá llevarse a cabo en distintas instituciones distribuidas a lo largo del territorio nacional. De este modo, TECH Universidad garantiza un entorno profesional diverso y contextualizado, en el que el profesional podrá abordar problemáticas actuales del turismo desde una perspectiva sostenible, integrando enfoques adaptados a las particularidades de cada destino y contribuyendo activamente al desarrollo responsable.



“

Con tecnología avanzada y conocimientos actualizados proporcionados por expertos del sector, potenciarás tu perfil profesional”



El alumno podrá cursar la parte práctica de este Máster Semipresencial en los siguientes centros:



Atperson Albacete

País	Ciudad
España	Albacete

Dirección: C/ Doctor Fleming, 5, 02004 (Albacete)

Es una escuela de formación profesional para el empleo que tiene como finalidad la formación de trabajadores, desempleados y autónomos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

-Turismo Sostenible





Escuela de Negocios

Atperson Cuenca

País
España

Ciudad
Cuenca

Dirección: Plaza del Romero, 2, 16004 (Cuenca)

Es una escuela de formación profesional para el empleo que tiene como finalidad la formación de trabajadores, desempleados y autónomos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

-Turismo Sostenible



Escuela de Negocios

Atperson Tarancón

País
España

Ciudad
Cuenca

Dirección: C/ Pasión, 1, 16400, Tarancón (Cuenca)

Es una escuela de formación profesional para el empleo que tiene como finalidad la formación de trabajadores, desempleados y autónomos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

-Turismo Sostenible



Escuela de Negocios

Atperson Guadalajara

País
España

Ciudad
Guadalajara

Dirección: C/ Doctor Layna Serrano, 20,
19002 (Guadalajara)

Es una escuela de formación profesional para el empleo que tiene como finalidad la formación de trabajadores, desempleados y autónomos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

-Turismo Sostenible

07

Salidas profesionales

Este programa brindará al alumnado acceso a un abanico de oportunidades profesionales dentro del ámbito del Turismo Sostenible. Al integrar criterios ambientales, sociales y económicos, permitirá proyectarse en roles como gestor de destinos turísticos responsables, técnico en planificación territorial o consultor en iniciativas de desarrollo local. Asimismo, se facilitará la inserción en organismos internacionales, entidades públicas y empresas que promueven modelos turísticos innovadores. Como resultado, los profesionales estarán preparados para asumir responsabilidades en un sector que demanda soluciones sostenibles y estrategias alineadas con los desafíos actuales del territorio y del mercado global.





“

Al titularte en la mayor universidad digital del mundo, accederás a múltiples oportunidades laborales que impulsarán el crecimiento de tu carrera profesional”

Perfil del egresado

El egresado de este Máster Semipresencial contará con una visión estratégica del turismo desde la sostenibilidad, dominando herramientas para evaluar impactos, diseñar propuestas responsables y coordinar proyectos en contextos diversos. Además, será capaz de integrar variables socioculturales y territoriales en la toma de decisiones. Gracias al enfoque multidimensional del programa universitario, desarrollará habilidades para liderar procesos de innovación, gestionar recursos turísticos de manera eficiente y adaptarse a las tendencias globales del sector. Por tanto, podrá desempeñarse con solvencia en entornos dinámicos, aportando soluciones que equilibren la competitividad del destino con el respeto por el entorno.

¿Quieres destacar en un sector de constante movimiento? Con este programa universitario de novedosas metodologías podrás lograrlo. ¡Matricúlate en TECH Universidad!

- ♦ **Pensamiento crítico:** evaluar situaciones y tomar decisiones fundamentadas
- ♦ **Comunicación efectiva:** transmitir ideas con claridad en distintos contextos profesionales
- ♦ **Adaptabilidad:** ajustarse a nuevos entornos, tecnologías o cambios del sector
- ♦ **Trabajo en equipo:** colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes de manera eficiente



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

1. Gestor de destinos turísticos sostenibles: Responsable de diseñar y coordinar estrategias que equilibren el desarrollo turístico con la conservación del entorno.

Responsabilidad: Diseñar, implementar y supervisar estrategias que promuevan un desarrollo turístico equilibrado.

2. Consultor en desarrollo local y turismo responsable: Asesor de proyectos turísticos enfocados en el beneficio de las comunidades y el uso racional de los recursos.

Responsabilidad: Asesorar proyectos e iniciativas que integren el turismo como motor de desarrollo territorial, promoviendo el bienestar de las comunidades anfitrionas.

3. Técnico en planificación turística: encargado de elaborar planes territoriales de turismo que integren criterios sostenibles y respondan a las necesidades del entorno.

Responsabilidad: Diseñar, evaluar y aplicar planes que ordenen el desarrollo turístico de un territorio bajo criterios de sostenibilidad.

4. Coordinador de proyectos ecoturísticos: supervisor de iniciativas basadas en el turismo de naturaleza, con énfasis en educación ambiental y conservación.

Responsabilidad: Planificar, implementar y supervisar iniciativas centradas en el turismo de naturaleza con enfoque sostenible.

5. Responsable de innovación en empresas turísticas: encargado de desarrollar soluciones creativas que mejoren la oferta turística en coherencia con los principios de sostenibilidad.

Responsabilidad: Impulsar el desarrollo de nuevas ideas, procesos y servicios que mejoren la competitividad de la empresa desde una perspectiva sostenible.

6. Analista de mercados turísticos: dedicado a investigar tendencias, flujos y comportamientos del mercado para orientar decisiones estratégicas en destinos o empresas.

Responsabilidad: Estudiar el comportamiento de la demanda, identificar tendencias emergentes y evaluar la competitividad de destinos o productos turísticos.

7. Asesor en políticas de sostenibilidad turística: responsable de colaborar con entidades públicas o privadas en el diseño e implementación de normativas o planes sostenibles.

Responsabilidad: Guiar el diseño, implementación y evaluación de normativas, planes y estrategias orientadas a integrar la sostenibilidad en el desarrollo turístico.



Asumirás roles estratégicos en la gestión de destinos responsables, aplicando enfoques integrados para garantizar un desarrollo turístico equilibrado y sostenible”

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% 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

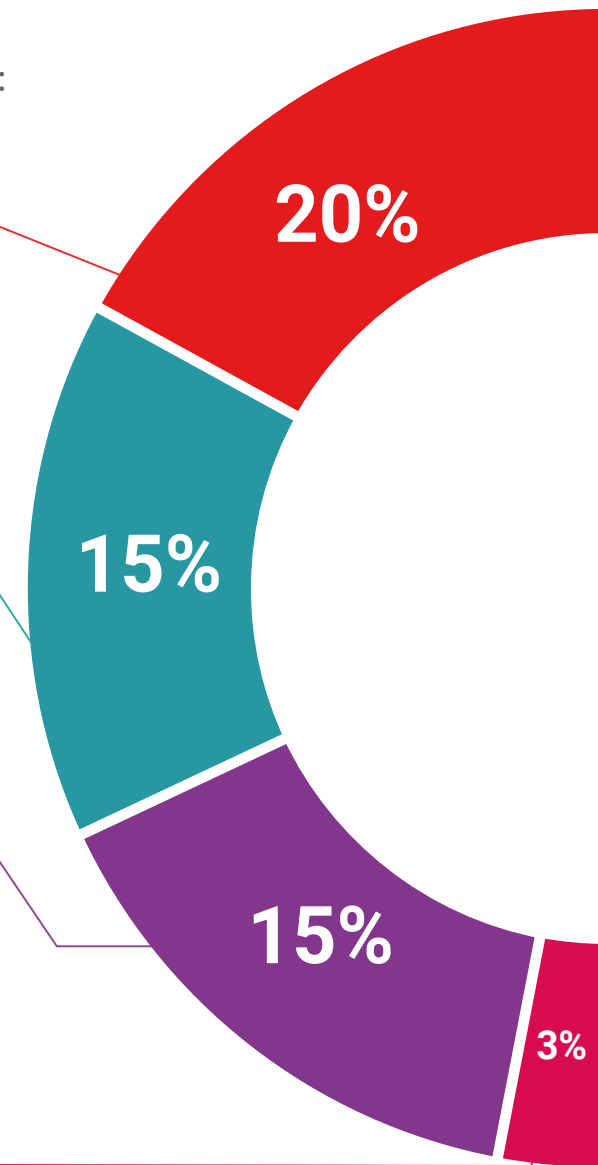
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

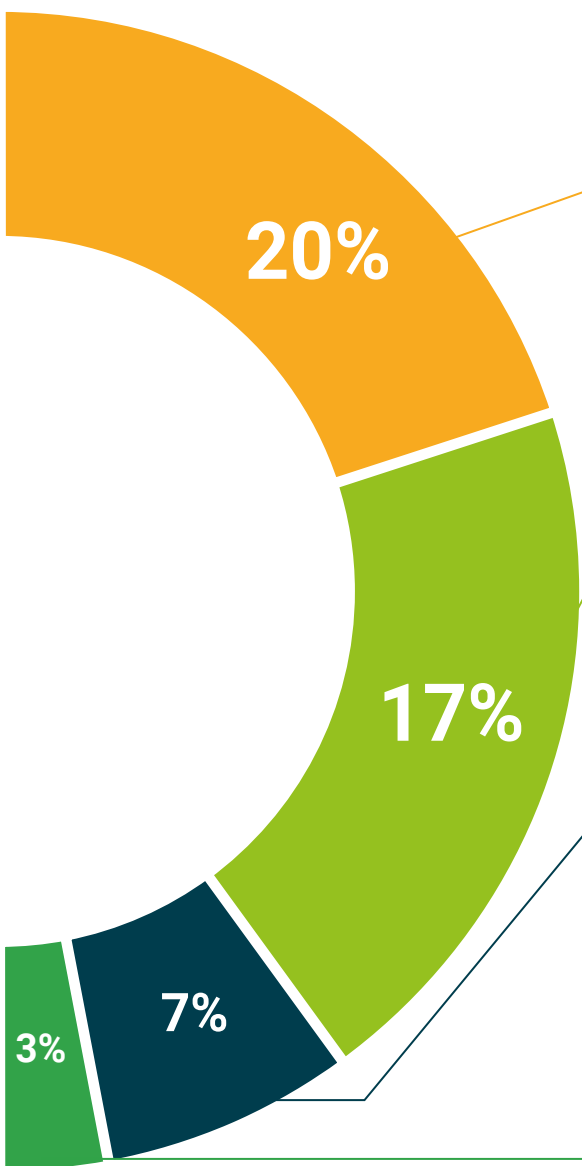
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



09

Titulación

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





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

Este **Máster Semipresencial en Turismo Sostenible** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Semipresencial** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Semipresencial, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

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.

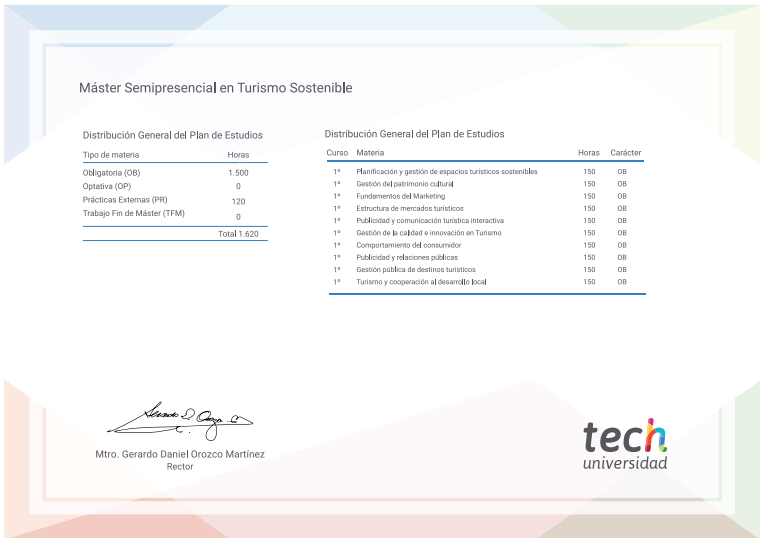
Aval/Membresía



Título: **Máster Semipresencial en Turismo Sostenible**

Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**

Duración: **12 meses**



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

futuro
salud confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente
desarrollo web formación
aula virtual idiomas



Máster Semipresencial Turismo Sostenible

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad

Máster Semipresencial

Turismo Sostenible

Aval/Membresía



Economics, Business
and Enterprise Association

The background of the slide is a photograph of two hikers on a mountain trail. One hiker is in the foreground, wearing a tan jacket and brown boots, with one foot lifted as if stepping. The other hiker is further up the trail, wearing olive green pants. The trail is covered in green grass and leads up a steep, rocky mountain slope under a blue sky with some clouds.

tech
universidad