



**OMT. Planificación de los destinos turísticos
(Especialización)**

Edición: 4.^a
Fecha de inicio: 19/10/2012
Duración: 4 meses
Nro. de créditos: 7
Idioma: Multilingüe

La Universitat Oberta de Catalunya (UOC), a través del Instituto Internacional de Posgrado, da un paso más en el liderazgo de la formación continua en línea de calidad, poniendo al alcance de las personas y de las organizaciones y empresas una oferta de programas de reconocido rigor académico, orientada a las necesidades del mundo profesional y con una visión y orientación claramente internacional.

El uso intensivo de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en los programas que ofrece el Instituto Internacional de Posgrado de la UOC garantiza a los participantes el conocimiento de las herramientas necesarias para la comunicación y la creación de redes de relación social, que la sociedad de hoy y las personas y las organizaciones que la conforman piden.

El Instituto Internacional de Posgrado tiene una amplia oferta de programas, en formato modular y progresivo, de Formación de Posgrado (Máster, diplomas de Posgrado y especializaciones) acreditados por agencias de calidad y con titulaciones oficiales y propias de la universidad según el caso. Además, cada una de las áreas de conocimiento del Instituto Internacional de Posgrado pone a vuestra disposición una diversa oferta de programas abiertos, accesibles a todo el mundo y de calidad reconocida, además de una oferta de formación a medida específica para las empresas.

La innovación es el eje vertebrador de una oferta educativa que pretende el estímulo de la emprendeduría, y que pone un especial énfasis en la formación de las personas en las competencias que demanda la sociedad actual.

La satisfacción de miles de estudiantes y graduados nos avala. Si quieres, puedes añadirte a la comunidad de nuestra universidad. Te esperamos y contamos con tus aportaciones para continuar construyendo entre todos esta oferta de formación válida y eficaz para todas las personas e instituciones relacionadas

Josep M.^a Duart

Vicerrector de Posgrado y Formación Continua

Universidad abierta al mundo

El uso de internet y el modelo asíncrono facilitan la participación de estudiantes de todo el mundo en los programas de Formación de Posgrado. La dimensión internacional de la universidad se materializa en forma de convenios interuniversitarios, que facilitan la movilidad y la presencia de estudiantes de diversas procedencias geográficas en las aulas, con una serie de características comunes que permiten compartir intereses y enriquecer el aprendizaje.

El perfil de los participantes de Formación de Posgrado se caracteriza por los siguientes rasgos:

- Conocedores y usuarios avanzados de las nuevas tecnologías
- El 12% es de procedencia internacional
- El 81% tiene entre 25 y 45 años
- El 83% trabaja

Más de 20.000 profesionales han realizado diferentes actividades en la programación docente periódica de Formación de Posgrado.

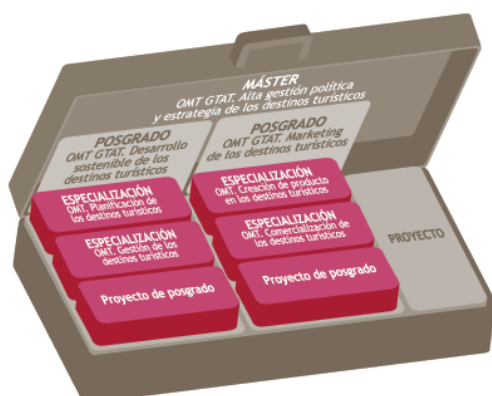
Especialización de OMT. Planificación de los destinos turísticos

Este curso de especialización se inicia con el estudio de los **elementos, factores y procesos que conforman el sector turístico**, la estructura del sistema turístico y del destino turístico, para, posteriormente, centrar su atención en el análisis de los instrumentos de que dispone el gestor de los destinos para llevar a cabo su implementación dentro del marco de una política turística sostenible.

Una titulación pensada para tu progreso

El máster de **OMT GTAT de Alta gestión en política y estrategia de los destinos turísticos** se ha diseñado y estructurado como **un itinerario**, de manera que permite a los participantes el acceso a una formación lo más ajustada posible a sus necesidades y a matricularse de acuerdo con sus intereses específicos y sus posibilidades de tiempo y dedicación. Al mismo tiempo, se facilita el acceso a una titulación progresiva, de acuerdo con la elección y progreso de cada participante.

La mayor parte de los programas que forman un itinerario académico se inician en marzo y en noviembre. Para la matrícula hay dos períodos al año, cada uno con una oferta distinta de programas. Llamando al teléfono 902 372 373 pueden conocerse todos los programas previstos y sus períodos de matriculación.



Objetivos académicos

- Conocer las variables y elementos fundamentales que definen y enmarcan la actividad turística.
- Analizar el estratégico papel que juega el conocimiento especializado en la gestión de los destinos turísticos mediante el desarrollo de los recursos humanos.
- Estudiar los elementos, factores y recursos que configuran el sistema de los destinos turísticos.
- Conocer de forma exhaustiva el funcionamiento de los destinos turísticos, los impactos sobre los mismos, su medición y el proceso de optimización de éstos.
- Conocer y analizar el marco de actuación de la política turística, sus objetivos, el papel que desempeñan en la misma los diferentes actores y los instrumentos de que se dispone para el logro de una política turística sostenible.

Aplicación profesional

El curso de especialización OMT. Gestión sostenible de los destinos turísticos se dirige a profesionales del sector público susceptibles de desempeñar sus competencias en federaciones, consejerías de turismo, centros de iniciativas turísticas, delegaciones provinciales de turismo, direcciones generales de turismo, oficinas españolas de turismo en el extranjero, patronatos municipales y provinciales de turismo.

También va dirigido a aquellos profesionales del sector turístico privado, cuya actividad tiene una relación directa con las directrices y políticas públicas que se adoptan en materia de gestión y planificación de destinos turísticos.

Metodología

El modelo pedagógico de la UOC se basa en el participante, que trabaja con autonomía, gestionando su tiempo y construyendo su propio itinerario de aprendizaje por medio de la interacción y el trabajo cooperativo.

Mediante el Campus Virtual, se consigue un aprendizaje profundo y flexible, sin barreras de espacio ni de tiempo, desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Este modelo permite una atención personalizada por parte de profesionales, docentes y expertos de reconocido prestigio, que acompañan a cada participante de forma individual y al grupo en su conjunto hacia la construcción del nuevo conocimiento.

Los materiales y recursos didácticos incluyen e integran contenidos, aplicaciones prácticas y herramientas directamente relacionadas con el entorno y las actividades laborales concretas. En este programa se utiliza una variada combinación de metodologías, considerando que los participantes son profesionales en activo y que el intercambio de sus propias experiencias profesionales será un aspecto muy relevante para conseguir los objetivos académicos.

Los participantes que acceden por primera vez al entorno del campus virtual realizarán una formación paralela al inicio del programa docente, basada en un breve curso introductorio para aprender a navegar por el entorno, conocer sus funcionalidades y utilización de los espacios destinados a la comunicación y la docencia.

Si deseas realizar un recorrido virtual por el campus de la UOC, visita <http://www.uoc.edu/presentaciones/campus/>.

Recursos didácticos

Los cursos de posgrado de la UOC pueden tener material en papel y/o en formato digital. Los materiales se entregan a los estudiantes a medida que avanza el curso

Estructura y contenidos del programa

1. **Turismo y sector público**
1.1. El turismo
1.1.1. Definición
1.1.2. El turismo como actividad económica
1.1.3. El mercado como metodología
1.1.4. Paradigmas empresariales en

turismo1.1.5.Tendencias en el turismo mundial. Visión 2020: tendencias cuantitativas y cualitativas1.2.Globalización, mercados y sector público1.2.1.Globalización y actividad turística1.2.2.El turismo en la era de la globalización: implicaciones económicas, sociales, culturales y medioambientales1.2.3.La nueva era del turismo: característica1.3.Funciones tradicionales del Estado1.3.1.La intervención del Estado en la economía: los fallos del mercado1.3.2.Las funciones tradicionales del Estado1.3.3.El Estado y los retos de la globalización: el nuevo papel del Estado1.3.4.El papel de los organismos supranacionales y de las organizaciones1.4.La política turística1.4.1.La política turística como política pública1.4.2.Introducción a la política económica: modelos fines-medios y objetivos1.4.3.Políticas verticales (instrumentales) y horizontales (sectoriales)1.4.4.La política turística: definición y objetivos1.4.5.La política turística: instrumentos1.4.6.La política turística:los actores2.**El conocimiento en turismo**2.1.Aproximación tradicional: el papel de la información en las organizaciones2.1.1.La necesidad de información2.1.2.La aproximación tradicional2.1.3.El papel estratégico de la información 2.1.4.De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento2.2.La gestión del conocimiento: conceptos y definiciones2.2.1.Dato, información y conocimiento2.2.2.El conocimiento2.2.3.Capital intelectual, capital humano y capital estructural2.2.4.Business Intelligence y gestión del conocimiento2.3.Los sistemas de información2.3.1.Concepto2.3.2.Los medios: tecnológicos, estadísticas, etc.2.4.Generación de conocimiento en turismo. Métodos de investigación2.4.1.Utilización de la investigación2.4.2.Demanda2.4.3.Oferta2.4.4.Métodos cuantitativos2.4.5.Metodos cualitativos2.5.Generación de conocimiento. La previsión en turismo2.5.1.La importancia de la previsión2.5.2.Previsión en escenarios amplios y globales. Previsión en sistemas complejos2.5.3.Métodos cuantitativos2.5.4.Metodos cualitativos3.**La estructura de los sistemas turísticos**3.1.Recursos geográficos3.1.1.Recursos naturales/tangibles3.1.2.Recursos intangibles3.2.Recursos socioculturales3.2.1.La comunidad anfitriona3.2.2.La cultura y el patrimonio3.3.Recursos financieros3.3.1.Inversión privada3.3.2.Inversión pública3.4.Recursos tecnológicos3.5.Recursos humanos3.5.1.El turismo como creador de empleo3.5.2.Empleo turístico y su especificidad3.5.3.Empleo competitivo en turismo y política educativa3.5.4.RR.HH. flexibles y adaptables4.**El funcionamiento de los sistemas turísticos**4.1.Turismo y desarrollo4.1.1.El turismo como opción de desarrollo4.1.2.Razones para desarrollar el turismo4.1.3.Crecimiento turístico4.1.4.Desarrollo turístico4.1.5.Iniciativas supranacionales4.2.Impactos económicos4.2.1.Definición de los impactos del turismo4.2.2.La medición de los impactos económicos del turismo4.2.2.1.El multiplicador de la renta4.2.2.2.Balanza de pagos4.2.2.3.Análisis input-output4.2.2.4.Cuentas satélite del turismo4.2.3.Impactos económicos positivos y negativos4.3.Impactos sociales y culturales4.3.1.Definición de los impactos sociales y culturales4.3.2.Tipología de turistas4.3.3.La interacción entre residentes y turistas4.3.4.Impactos socioculturales positivos y negativos4.4.Los impactos medioambientales4.4.1.Turismo y medioambiente: sinergia y conflictos4.4.2.Turismo y urbanización. La provisión de infraestructuras para el turismo4.4.3.Impactos medioambientales positivos y negativos4.4.4.Auditorías medioambientales4.4.5.Capacidad de carga4.5.Turismo sostenible4.5.1.Definición de turismo sostenible4.5.2.Los principios del desarrollo sostenible4.5.3.Los agentes participantes4.5.4.Indicadores de sostenibilidad: su utilidad y uso4.5.5.Turismo responsable5.**La política turística: el marco de actuación**5.1.Destinos turísticos5.1.1.Turismo y territorio5.1.2.Destino turístico y producto turístico5.1.3.Destino turístico: características 5.1.4.Destino turístico: tipología5.1.5.El ciclo de vida de un destino5.2.Clúster: concepto y metodología5.2.1.Destinos turísticos y clústers5.2.2.La visión porteriana5.3.Planificación de los destinos turísticos5.3.1.La necesidad de planificar5.3.2.Niveles de planificación5.3.3.El proceso de planificación turística5.3.4.Planificación interactiva frente a planificación convencional5.4.Roles en la planificación turística5.4.1.Los agentes que intervienen5.4.2.La creación de consenso5.4.3.El sector privado5.4.4.Partenariado público-privado5.4.5.El sector voluntario5.4.6.La creciente influencia del sector voluntario5.5.Crisis de los destinos turísticos5.5.1.Crisis: cuándo y cómo5.5.2.Tipología y características5.5.3.Elementos de residencia de los destinos frente a la crisis6.**Política turística para un destino sostenible**6.1.Características de la política turística6.1.1.Complejidad del sector y de la política turística6.1.2.Objetivos de la política turística6.1.3.La política turística en un entorno más competitivo6.2.Calidad6.2.1.El concepto de calidad6.2.2.Expectativas y percepciones. El modelo de los cinco gaps6.2.3.El proceso (cadena) de calidad6.2.4.Clientes internos y externos 6.2.5.TQM como estrategia6.3.Eficiencia6.3.1.Costes de la no calidad. Crítica a los costes de la calidad6.3.2.Eficiencia frente a eficacia6.3.3.Rentabilidad6.3.4.Metodología: reducción de costes, redimensionamiento, etc.6.3.5.Eficiencia y calidad: una aproximación integrada6.4.Competitividad6.4.1.La necesidad de integrar: calidad y eficiencia6.4.2.Competitividad y

sostenibilidad. Rentabilidad sostenible6.4.3.Optimizando la competitividad6.5.La política turística en la NET

Equipo docente

Dirección Académica

Aurora Pedro

Profesora titular de Economía aplicada en la Universidad de Valencia (España).

Soledad Morales Pérez

Dra. en Geografía por la UAB. Durante 9 años ha coordinado el departamento de Estudios de Postgrado en turismo de la EUTDH-UAB. Especializada en turismo sostenible y responsable, desarrollo y cooperación internacional y turismo de eventos. Colabora con la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo como identificadora de proyectos de turismo sostenible y comunitario.

Coordinación Académica

Veronica Itati Palmi

Diplomada en Turismo por la UOC. Ing. Agrónomo por la Universidad Nacional de Rosario (UNR) en Argentina. Ex Docente e Investigadora de la UNR

Profesorado

Lic. Rodolfo Lizano

Jefe nacional de Planificación. Instituto Costarricense de Turismo (Costa Rica).

Matías Lladrés Aloy

Director del Centro de Investigación y Tecnologías Turísticas ? CITTIB INESTUR, Consejería de Turismo del Gobierno de las Illes Balears (España).

Xavier Font

Jefe de la Oficina Técnica de Turismo de la Diputación de Barcelona (España).

Requisitos de admisión

Para acceder al programa, es necesario disponer de **una titulación universitaria legalizada**.

Conocimientos Previos

No se requieren conocimientos técnicos previos. El material del curso incluye algunas lecturas en inglés, por lo que los alumnos deberían tener conocimientos de esta lengua a nivel de lectura.

Titulación

Una vez superado el proceso global de evaluación, la UOC otorgará **un diploma de Especialización de OMT. Planificación de los destinos turísticos** a los participantes que acrediten una titulación universitaria legalizada en España.

En el caso de no disponer de esta titulación, se expedirá un Certificado en **OMT. Planificación de los destinos turísticos**

Sistema de evaluación

La evaluación del proceso de aprendizaje es continua y se centra mayoritariamente en trabajos que facilitan la integración del conocimiento y la adquisición de competencias para la praxis profesional de cada estudiante.

Si deseas más información sobre el sistema de evaluación no dudes en ponerte en contacto con nuestros asesores formativos en el 902 372 373.

Conjuntamente con:



Organización Mundial de Turismo

Fundación OMT.Themis

Matrícula

El importe de la matrícula es de: 1.115 euros

El precio de este programa se deberá confirmar en el momento de formalizar la inscripción.

Otras ventajas

El Club de Graduados y Antiguos Estudiantes de la UOC representa la continuidad del concepto de comunidad universitaria con adscripción voluntaria durante los periodos en que no se está matriculado.

El Club UOC se centra en ofrecer servicios, recursos y actividades en el ámbito de la progresión personal y profesional. Los principales ejes de actuación son la proyección profesional, el aprendizaje no formal o postformación, la cultura, el ocio, las relaciones y los intercambios de experiencias y conocimientos.

Además de:

Biblioteca Virtual, conexión con las principales bibliotecas del mundo y disposición de extensos servicios de consulta. Cooperativa Virtual, ser socio de la cooperativa permite disfrutar de sus servicios de librería y material informático. Espacios virtuales de comunicación, en donde se facilita la relación con otros participantes y profesionales mediante los foros y chats del Campus.

Información y matrícula

Si deseas conocer más detalles sobre los programas de posgrado puedes contactar con nuestros asesores formativos en:

- El teléfono 902 372 373
- Dirigiéndote personalmente a cualquiera de las Sedes de la UOC.
 - Madrid
Plaza de las Cortes, 4
28014 Madrid
 - Sevilla
C/ Virgen de Luján, 12
41011 Sevilla
 - Valencia
C/ Paz, 3
46003 Valencia
 - Barcelona
Rambla de Catalunya, 6, planta 1
08907 Barcelona
 - México, D.F.
Paseo de la Reforma, 265, Piso 1
Col. Cuauhtémoc
06500 México, D.F.
Horarios: de lunes a viernes de 9 a 19h
Teléfono: + (52 55) 55 11 42 25

Además la UOC facilita a empresas, instituciones y colectivos una interlocución directa y ágil, y unas condiciones preferentes en la matrícula de sus profesionales.

Para más información:

ofertacorporativa@uoc.edu

Los programas de formación que figuran en este documento están disponibles en modalidad in company.

Para más información:

incompany@uoc.edu

Nota: La información que contiene este PDF es a título informativo. Su vigencia se deberá contrastar en el momento de formalizar la inscripción.