



PROPUESTA FORMATIVA

INDICE

1. ¿POR QUÉ NO INNOVAS EN TU NEGOCIO? DISEÑA EL PLAN DE INNOVACIÓN CON ACCIONES POSIBLES Y ECONÓMICAS
2. ¿HERRAMIENTA DE MARKETING 3.0 I(CANVAS OSTERWALDER).
3. HERRAMIENTA DE MARKETING 3.0 II (BIG DATA).
4. Marketing de Guerrilla para productos Turísticos.
5. DISEÑO DE PRODUCTOS TURISTICOS
6. DINAMIZACIÓN E IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.
7. PROMOCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS TURISTICOS Y SERVICIOS TURISTICOS Y LOCALES



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE PRODUCTO TURÍSTICO.

1. ¿POR QUÉ NO INNOVAS EN TU NEGOCIO? DISEÑA EL PLAN DE INNOVACIÓN CON ACCIONES POSIBLES Y ECONÓMICAS (h)

OBJETIVOS:

- Sensibilizar a los asistentes sobre la importancia de la innovación para que el pequeño negocio.
- Ofrecer estrategias innovadoras basadas en las nuevas tecnologías, la calidad de servicio, la fidelización y la cooperación empresarial, para asegurar la supervivencia del negocio.
- Que el alumno diseñe un Plan de Innovación para su negocio.

DIRIGIDO A: empresarios de pymes del Sector

CONTENIDOS:

1. ¿Qué es creatividad y qué es innovación?
2. Preguntas clave de la innovación
3. Barreras a la innovación en la pyme y la micropyme
4. Diagnóstico de Innovación Empresarial
5. Estrategias para la innovación para la pyme
6. ¿Cómo innovar? Plan de Acción para la Innovación



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE PRODUCTO TURISTICO

2. HERRAMIENTA DE MARKETING 3.0 I (CANVAS OSTERWALDER).

(h)

OBJETIVOS: Conocer que es un Canvas Osterwalder y su aplicación dentro de la empresa.

- Hoy las empresas necesitan saber hacia donde camina . La hoja de ruta para cualquier empresa.

DIRIGIDO A: Profesional del sector, emprendedores, gerentes, etc.

CONTENIDOS:

- ¿Qué es y para que sirve un Canvas?.
- Como desarrollar el Canvas.
- Que conclusiones sacar.
- Casos prácticos.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE PRODUCTO TURISTICO

3.HERRAMIENTA DE MARKETING 3.0 II (BIG DATA). (h)

OBJETIVOS: Poder desarrollar mi propio Big Data sea cual sea la empresa.

- Los datos que a diario acumulamos de nuestros clientes son extremadamente utiles para nuestra acción comercial. Todas las empresas tienen o deberían tener, una base de datos que les permita una inter-actuación rápida y eficaz para con sus clientes e incluso para los que todavía no lo son.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector.

CONTENIDOS:

- Big Data.
- Como utilizar los datos.
- Utilizar los datos óptimamente .
- Permisos y autorizaciones para la LPD.
- Que conclusiones sacar.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE PRODUCTO TURÍSTICO

4. MARKETING DE GUERRILLA (EL PODER DE LA ATRACCIÓN). (h)

OBJETIVOS: Conocer que es el marketing de guerrilla y su aplicación dentro del sector Turístico.

- Hoy el marketing estratégico no ha cambiado pero si el marketing operativo, debido fundamentalmente a la irrupción de nuevos canales de comunicación.
- Los asistentes conocerán las pautas o acciones para desarrollar un marketing de guerrilla en el ámbito del turismo.

DIRIGIDO A: Emprendedores, profesionales, gerentes, etc. del sector.

CONTENIDOS:

- Introducción al marketing de guerrilla.
- La tormenta perfecta, adiós al marketing que nos enseñaron.
- Consumo inteligente.
- Abundancia, de todo muchas veces.
- El declive de los gastos publicitarios.
- Big Data.
- Casos prácticos.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE PROCTO TURISTICO.

5. DISEÑO DE PRODUCTOS TURISTICOS (h)

OBJETIVOS: Dotar a los participantes de los conocimientos, habilidades y técnicas necesarias para el diseño de productos.

DIRIGIDO A: Cualquier persona que quiera trabajar en el sector.

CONTENIDOS:

- Análisis del potencial turismo.
- Oportunidades de creación, modificación y eliminación de productos, servicios o destinos turísticos.
- Diseño de productos turísticos y destinos.
- Implementación y dinamización.
- Del recurso al producto turístico.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE PRODUCTO TURÍSTICO.

6. DINAMIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS (h)

OBJETIVOS: Dotar a los participantes de los conocimientos, habilidades y técnicas necesarias para la dinamización, implementación y desarrollo de productos.

DIRIGIDO A: Cualquier persona que quiera trabajar en el sector.

CONTENIDOS:

- Implementación del producto Turístico.
- La calidad en el producto servicio.
- Evolución del concepto de calidad.
- El sistema de calidad Turística Española.
- Desarrollo local y empleos futuros: dinamización.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE PRODUCTO TURISTICO.

7. PROMOCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS TURISTICOS Y SERVICIOS TURISTICOS Y LOCALES

OBJETIVOS: Dotar a los participantes de los conocimientos, habilidades y técnicas necesarias para comercializar, promocionar los servicios turísticos locales.

DIRIGIDO A: Cualquier persona que quiera trabajar en el sector.

CONTENIDOS:

- Marketing Turístico.
- Proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales.
- El sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo.
- Utilización de las tecnologías de la información para promoción del destino y para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local.

Metodología didáctica

Cambio de papeles en la escena formativa

El **docente facilita** el aprendizaje y cede protagonismo al alumno. Propicia el **clima adecuado** para que aborde las situaciones y **retos, debata, negocie, intercambie valoraciones y experiencias y se enriquezca** en el proceso. Las **conclusiones se consensuan y valoran** en un aprendizaje en equipo.

TÉCNICAS

- **Exposición**
- **Herramientas de auditoría**
- **Herramientas de autodiagnóstico/psicométricas**
- **Ejercicios prácticos**
- **Estudio de casos reales**
- **Técnicas de animación grupal**
- **Recursos didácticos**

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Antes, durante y después de cada curso programado se articula un sistema de evaluación para asegurar la adquisición por los alumnos de los conocimientos, habilidades y competencias formuladas en los objetivos de cada curso.

