

Animación Turística

Horas

30

Acerca de este curso

Cod: PA8539

UNIDAD 1. Estructura del mercado turístico

1. 1. Origen y evolución del fenómeno turístico
 1. Recorrido histórico
 2. Factores que influyen en su desarrollo
 3. Efectos que produce el turismo
 4. Dinámica y evolución de los flujos turísticos
 5. Los viajeros del siglo XXI
2. La organización del sector
 1. Algunas definiciones
 2. El marco jurídico, económico y social
 3. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo
3. Oferta y demanda turística
 1. Elementos del mercado
 2. Recursos
 3. Servicios y equipamientos
 4. Productos turísticos
4. La estructura de comercialización en el sector
 1. Canales de distribución de la oferta turística
 2. Operadores turísticos: funciones que desarrollan
 3. Actuales vías de comercialización: compra directa por parte del cliente
5. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos:
Marketing turístico
6. Identificación y caracterización de fuentes de financiación
 1. La financiación propia
 2. La autofinanciación
 3. La autofinanciación por enriquecimiento: las reservas
 4. La amortización o autofinanciación por mantenimiento. La depreciación del inmovilizado
7. La función financiera de las amortizaciones
8. El efecto expansivo de la amortización o efecto Lohmann-Ruchti
9. Financiación mediante capital y reservas
10. Financiación mediante subvenciones
11. Financiación mediante deuda

12. Relación óptima entre recursos propios y ajenos
 1. Ventajas e inconvenientes de la autofinanciación
 2. Medidas de cálculo
 1. El coste medio de financiación
 2. Flujo de caja descontado o valor actual neto (van)
 3. La tasa interna de rendimiento (TIR)
 4. El cash flow como flujo de tesorería
13. Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico
 1. Clasificación de las inversiones
 2. El análisis de inversiones en condiciones de riesgo
 3. Instrumentos de inversión a corto plazo
 4. El plazo de recuperación (PR)
 5. ROI (Return On Investment)

UNIDAD 2. Técnicas de comunicación para la animación

1.
 1. El informador como asesor de tiempo libre
 1. El mensaje
 2. Personalización de la atención y acogida
 1. Ámbitos de información
 2. Publicaciones básicas gratuitas
 3. Ámbitos de servicios
 4. Requisitos de los servicios prestados
 3. Adaptación de la información a los tiempos de estancia y consumo
 4. Adaptación de la información a las expectativas de viaje
 1. Recreación imaginaria del viaje
 2. La imagen
 3. Las expectativas
 2. Comunicación interna
 1. Alcance de la comunicación interna
 2. Clasificación de la comunicación interna
 3. Comunicación formal e informal
 4. Canales y medios de comunicación interna
 5. Comunicaciones urgentes
 3. Comunicación externa
 1. Principales actividades
 2. Publicaciones turísticas
 3. Internet
 4. Otros medios de comunicación: la radio
 5. Otros medios de comunicación: la televisión
 6. Otros medios de comunicación: el cine

7. Otros medios de comunicación: el medio exterior
4. Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información
 1. Marketing directo (ONE to ONE) y CRM
 2. Marketing online (e-Marketing)

UNIDAD 3. Juegos y actividades físicas recreativas para la animación

1. 1. Organización de actividades físico-deportivas y recreativas de animación
 1. Interpretación de los elementos programáticos en proyectos de animación físico-deportivos y recreativos
 2. Características y expectativas de los usuarios
 3. Criterios para la propuesta de actividades alternativas en función de características de los usuarios
2. Espacios abiertos, instalaciones y recursos materiales en animación con actividades físico-deportivas y recreativas
3. Los juegos en la programación de actividades de animación físico-deportiva y recreativa
 1. El juego como soporte básico en animación físico-deportiva y recreativa
 1. Introducción y definiciones
 2. La importancia del juego
 3. La actividad deportiva
 2. Juegos y actividades físico-deportivas, recreativas y de animación turística
 1. Requisitos mínimos
 2. Ventajas e inconvenientes de la competencia y cooperación en actividades lúdico-deportivas
 3. Actividades de animación en alojamiento turístico tipo hotel
 3. Clasificación de los juegos
 1. Punto de vista etnográfico
 2. Punto de vista básico
 3. Juegos relacionados con el deporte o la actividad físico-deportiva
 4. Juegos cooperativos o competitivos
 4. Sociología del ocio y la actividad físico-deportiva y recreativa
 5. Perfil del animador turístico
 6. Estrategias del animador para motivar y animar en la interacción grupal
4. Seguridad y prevención en actividades físico-deportivas de animación
 1. Legislación básica sobre seguridad y prevención
 2. Medidas de prevención de riesgos, de protección medioambiental, de seguridad y de salud en instalaciones deportivas y espacios de aire libre en actividades y eventos de animación

UNIDAD 4. Veladas y espectáculos

1. 1. Las veladas y espectáculos en el contexto de un proyecto de animación
 1. Objetivos
 2. Indicaciones generales
 3. Estructura de una velada
2. Tipos de veladas y espectáculos

UNIDAD 5. Actividades en el ámbito turístico

1. 1. Información previa al viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero
 1. El marketing del destino
 2. Seguros de viajes
 3. Atención e información durante la estancia
 1. Atención e información directa
 2. Información gratuita e información de pago
 3. Coordinación con otros agentes turísticos del destino
 4. Visitas guiadas. Tipología
 1. Viajes y fuentes de información
 2. Otros tipos de visitas
 3. Visitas y excursiones
 4. Estancias y otros servicios alternativos
 5. Centrales de reserva: comercialización del destino y su oferta
 1. ¿Qué son?
 2. Cambios y repercusiones
 6. Puntos de autoinformación
 7. Productos y servicios turísticos de destino
 1. Información y venta
 2. Productos turísticos más comunes
 3. Productos turísticos de otro tipo
2. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico
 1. Restauración
 2. Transporte y distribuidoras
 3. Otras empresas y agentes relacionadas con el sector
3. Planificación y tipología de proyectos
 1. La planificación
 1. Etapa de preproducción
 2. Etapa de producción
 3. Etapa de postproducción
 2. Tipos de eventos y espacios
 3. Implementación de los espacios
4. La oferta cultural actual
5. Acciones de programación cultural

6. Temporalización de las acciones

¿Qué aprenderás?

- Entender el origen y evolución histórica del fenómeno turístico y los factores que influyen en su desarrollo.
- Conocer la estructura organizativa del sector turístico.
- Identificar los recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos propios de la oferta y demanda turística.
- Aprender el proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.
- Saber identificar las diferentes fuentes de financiación y sus características.
- Aprender a relacionar y establecer un equilibrio óptimo entre recursos propios y ajenos.
- Definir las técnicas de orientación e información al turista específicas en la oficina de turismo.
- Demostrar cómo personalizar el servicio de atención y acogida de los visitantes, tanto desde el punto de vista de la realidad del viajero (tiempo de estancia y consumo) como de las expectativas generadas.
- Reconocer los diferentes usuarios de las oficinas de turismo, sus especificidades y necesidades.
- Conocer la legislación en materia de protección al usuario así como el procedimiento a seguir para tramitar una reclamación desde la oficina de turismo.
- Aprender a comunicarse en todos los casos y los medios de comunicación adecuados a cada situación.
- Conocer cómo se organizan las actividades físico-deportivas y recreativas de animación.
- Saber programar dichas actividades.