



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Desarrollo Rural, Despoblación y Territorios Rurales Inteligentes





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

19

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL

20% Beca
PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Desarrollo Rural, Despoblación y Territorios Rurales Inteligentes



DURACIÓN
600 horas



MODALIDAD
ONLINE



ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO

Titulación

TITULACIÓN expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings.



EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con Número de Documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de EUROINNOVA en la convocatoria de XXX

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXXXXXXXX

Con un nivel de aprovechamiento ALTO

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) del (año)

La Dirección General
NOMBRE DEL DIRECTOR ACADÉMICO



Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO



La presente Formación es parte de un programa de desarrollo profesional y de liderazgo empresarial. El título de la Formación es el que aparece en el certificado de expedición. El presente certificado es un documento que acredita el haber superado los estudios correspondientes a un curso de formación. La información contenida en el presente certificado es válida para todos los efectos legales y administrativos. El presente certificado es válido para todos los efectos legales y administrativos. El presente certificado es válido para todos los efectos legales y administrativos.

El presente certificado es válido para todos los efectos legales y administrativos. El presente certificado es válido para todos los efectos legales y administrativos. El presente certificado es válido para todos los efectos legales y administrativos.

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Descripción

Con el presente Master en Desarrollo Rural, Despoblación y Territorios Rurales Inteligentes recibirá una formación especializada en la materia. Con el paso de los años la despoblación del medio rural se ha hecho más que notoria, dejándolo prácticamente desprotegido ante la evolución del mismo. Con el presente curso aprenderás a conocer el medio rural, así como conocer las medidas de desarrollo que impulsarían su crecimiento.

Objetivos

El presente Máster en Desarrollo Rural tiene los siguientes objetivos:

Dar a conocer la figura del Agente de Desarrollo Rural. Proporcionar los conocimientos elementales sobre la política de desarrollo rural. Difundir estrategias para proporcionar educación ambiental. Difundir estrategias para llevar a cabo una buena gestión medioambiental. Conocer de manera detallada el turismo rural. Saber los conceptos relacionados con el turismo sostenible como plasmación del desarrollo sostenible y la conservación ambiental, así como su incidencia en el medio rural. Poner en práctica y evaluar distintas estrategias de comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno. Analizar las aplicaciones del marketing de servicios y su importancia para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local. Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran, estimando su evolución e incidencia de las nuevas tecnologías. Desarrollar acciones promocionales aplicables en agencias de viajes y describir y aplicar técnicas de promoción de ventas y de negociación, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales. Conocer los fundamentos y factores de desarrollo del turismo rural. Conocer la capacidad emprendedora y desarrollo económico rural. Aprender los instrumentos locales para la gestión territorial del turismo rural. Conocer los factores condicionantes del marketing en el turismo rural. Aprender las características de la demanda de turismo rural en España. Comprender las funciones y procesos característicos del espacio rural. Estudiar los métodos y técnicas de análisis en geografía rural. Aprender la ordenación del territorio: la tarea más pendiente del medio rural y finales de siglo. Analizar la evolución reciente de la geografía rural: principales tendencias y perspectivas de desarrollo.

A quién va dirigido

El presente Master en Desarrollo Rural, Despoblación y Territorios Rurales Inteligentes está dirigido a todas aquellas personas que quieran ampliar sus conocimientos y conocer todo lo relacionado con el desarrollo rural.

Para qué te prepara

El presente Master en Desarrollo Rural, Despoblación y Territorios Rurales Inteligentes le preparará para conocer el medio, rural y la gestión sostenible del mismo, así como conocer las medidas de

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

desarrollo y marketing para volver a reactivarlo.

Salidas laborales

Este Máster en Desarrollo Rural está enfocado a profesionales del Turismo como: Expertos en Turismo Rural, Agentes de viajes, profesionales del ámbito de la Geografía Rural, del sector Agrario o Comercio, que deseen adquirir nuevos conocimientos y ampliar sus experiencias para así aplicarlas al sector Rural.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

PARTE 1. DESARROLLO RURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DESARROLLO RURAL

1. Medio Rural
2. Desarrollo Rural
 1. - Desarrollo Rural en la década de los cincuenta y sesenta
 2. - Desarrollo Rural en la década de los setenta
 3. - Desarrollo Rural en la década de los ochenta
 4. - Desarrollo Rural en la década de los noventa
 5. - Desarrollo Rural en la actualidad
3. Agente de Desarrollo Rurales
 1. - Habilidades de un Agente de Desarrollo Rural

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE LA UNIÓN EUROPEA DIRIGIDA AL DESARROLLO RURAL

1. Política Agrícola Común (PAC)
 1. - ¿Por qué es necesaria una política agraria común?
 2. - ¿Cómo funciona la política agrícola común?
 3. - ¿Qué hace la Unión Europea?
 4. - La agricultura europea en el horizonte 2020: abordar los retos futuros
2. Red Natura 2000
 1. - Constitución de la Red Natura 2000
 2. - Red Natura 2000 en España

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NORMATIVA DE LA UE: AYUDA AL DESARROLLO RURAL

1. Normativa de ayuda al desarrollo rural
2. Objetivos y estrategias
 1. - Objeto y definiciones
 2. - Misión, objetivos y prioridades
3. Programación
 1. - Contenido de la programación
 2. - Preparación, aprobación y modificación de los programas de desarrollo rural
4. Ayuda al desarrollo rural
 1. - Medidas
 2. - Disposiciones comunes a varias medidas
 3. - Asistencia técnica y creación de redes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA ESPAÑOLA DIRIGIDA AL DESARROLLO RURAL

1. Programa de Desarrollo Rural Nacional 2014-2020
 1. - Acuerdo de asociación
 2. - Marco Nacional
 3. - Programa de desarrollo rural 2014-2020

2. Normativa básica de desarrollo sostenible del medio rural
 1. - Objeto y objetivos
 2. - Programación para el desarrollo rural sostenible
3. Programa del Desarrollo Rural Sostenible (PDRS)
 1. - Claves estratégicas
 2. - Ejes estratégicos de la acción
4. Modernización de explotaciones agrarias
 1. - Explotaciones agrarias prioritarias
5. La mujer en las políticas de Desarrollo Rural del MARM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL

1. Conceptos básicos: medioambiente, cambio climático, desarrollo sostenible
 1. - Medioambiente
 2. - Cambio climático
 3. - Desarrollo sostenible
2. Buenas prácticas ambientales en la actividad profesional objeto de formación
 1. - Buenas prácticas ambientales en el sector turístico
 2. - Buenas prácticas ambientales en la agricultura
 3. - Buenas prácticas ambientales en el sector transporte
 4. - Buenas prácticas ambientales en la industria y la energía
 5. - Buenas prácticas ambientales en administración y oficinas
 6. - Buenas prácticas ambientales en la sanidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

1. El Medio Ambiente y sus procesos
 1. - Definición de Conceptos referidos al Medio Ambiente
 2. - Componentes del Medio Ambiente
2. Empresa y Medio Ambiente
3. Gestión Ambiental en las Empresas. Norma ISO 14000 y Reglamento EMAS

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

1. Guía para la aplicación de la Norma UNE-EN-ISO 14001
 1. - Preguntas clave antes de la aplicación del sistema de gestión
 2. - Programación del diseño e implantación del sistema de gestión
2. Política medioambiental
3. Planificación
 1. - Aspectos medioambientales
 2. - Requisitos legales y otros requisitos
 3. - Objetivos, metas y programas
 4. - Programa de gestión medioambiental
4. Implementación y operación
 1. - Recursos, roles, responsabilidades y autoridad
 2. - Competencia, formación y toma de decisiones
 3. - Comunicación
 4. - Documentación
 5. - Control operacional

6. - Preparación y respuesta ante emergencias
5. Verificación
 1. - Seguimiento y medición
 2. - Evaluación del cumplimiento legal
 3. - No conformidad, acción correctiva y acción preventiva
 4. - Control de registros
 5. - Auditoría interna
 6. - Revisión por la dirección
6. Declaración ambiental
7. Verificación
8. Proceso de inscripción en el registro EMAS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TURISMO RURAL

1. Introducción
2. Evolución del turismo rural
3. Concepto de turismo rural
4. Modelos de turismo en el medio rural
5. Turismo rural como producto
 1. - Elementos que componen el producto de turismo rural
 2. - Los recursos turísticos
6. El entorno
 1. - El conocimiento del entorno
7. Estrategias de marketing para el turismo rural
 1. - La publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EDUCACIÓN AMBIENTAL

1. Fundamentos de la Educación Ambiental
 1. - Nacimiento y Definición de Educación Ambiental
 2. - Educación Ambiental formal y no formal
 3. - Componentes de la Educación Ambiental
 4. - Objetivos de la Educación Ambiental
2. Principales Agentes de la Educación Ambiental
3. Medioambiente y Desarrollo Económico
4. Prácticas y Técnicas para la Educación Ambiental
 1. - Perfil del Educador Ambiental
 2. - Diseño de Programas de Educación Ambiental

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COMUNICACIÓN Y HABILIDADES COMUNICATIVAS DEL AGENTE DE DESARROLLO RURAL

1. Conceptualización de la comunicación
 1. - Elementos constitutivos de la comunicación
 2. - Teorías de la comunicación según el contexto
 3. - Obstáculos en la comunicación
2. Tipos de comunicación
 1. - Comunicación escrita
 2. - Comunicación verbal

3. - Comunicación no verbal
3. Habilidades conversacionales
 1. - La escucha
 2. - La empatía
 3. - La reformulación
 4. - La aceptación incondicional
 5. - La destreza de personalizar
 6. - La confrontación

PARTE 2 . GEOGRAFÍA RURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA GEOGRAFÍA RURAL: PRINCIPALES TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE DESARROLLO

1. Introducción
2. El heterogéneo legado de la geografía rural
3. La geografía rural en el último decenio
4. La geografía rural a finales del siglo: balance y tareas pendientes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ESPACIO RURAL

1. El espacio rural versus el espacio urbano
2. Criterio objetivos y subjetivos en la definición de las áreas rurales
3. Las características del espacio rural y la gradualización del territorio
4. El conjunto urbano y periurbano La urbanización difusa y los movimientos pendulares
5. Estructura y dinámica demográfica en las áreas rurales Los movimientos migratorios La población residente y la población activa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNCIONES Y PROCESOS CARACTERÍSTICOS DEL ESPACIO RURAL

1. Procesos transformadores del espacio rural
2. Las funciones del espacio rural: las actividades, elementos característicos y nuevos usos del suelo
3. Las actividades agrarias
4. Las industrias rurales
5. La localización de actividades comerciales y de servicios en el espacio rural
6. Las residencias secundarias, el turismo rural y el agroturismo
7. El neorruralismo
8. El futuro del espacio rural

UNIDAD DIDÁCTICA 4. AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y HAMBRE; AGRAVACIÓN DE LAS DESIGUALDADES A ESCALA MUNDIAL

1. El hambre en el mundo actual: una visión panorámica
2. La amenaza más grave: el hambre en África
3. La "Revolución verde" y la biotecnología: ¿El final del problema del hambre?
4. El comercio internacional de alimentos y las políticas de ayudas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MUJER Y ENTORNO RURAL EN EL MUNDO; UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

1. Las mujeres en el desarrollo rural de los países pobres
2. Mujeres y contexto rural en los países desarrollados
3. Las mujeres en la agricultura inglesa

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ORDENACIÓN DEL TERRITORIO: LA TAREA MÁS PENDIENTE DEL MEDIO RURAL Y FINALES DE SIGLO

1. Ordenación, planificación y territorio: su significado para el medio rural
2. Algunas de las cuestiones que plantea el medio rural
3. Panorama de la experiencia planificadora de los países desarrollados
4. Las diversas facetas de la planificación rural
5. Conclusiones

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS EN GEOGRAFÍA RURAL

1. El modelo de von Thünen: aplicación práctica en el municipio de Ocaña (Toledo)
2. Usos del suelo: trabajo de campo y evolución en un área periurbana ,
3. Los cereales: producción y comercio internacionales
4. Índice de Gini y curva de Lorentz: el grado de concentración de la tierra en las explotaciones agrarias de la CEE
5. El Censo Agrario y su información estadística
6. La jornada de trabajo de la mujer en la explotación agraria familiar
7. Los parques naturales: valoración y simulación de conceptos como desarrollo y protección

PARTE 3. GESTIÓN SOSTENIBLE DE SUELOS Y AGUA

MÓDULO 1. CONTAMINACIÓN DEL SUELO Y RECUPERACIÓN DE ESPACIOS DEGRADADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. METODOLOGÍA PARA LA CARACTERIZACIÓN DE SUELOS CONTAMINADOS

1. Fases de la investigación
2. Investigación preliminar
3. Investigación exploratoria
4. Análisis y evaluación de riesgos preliminar
5. Redacción del informe

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LEGISLACIÓN

1. La nueva legislación de suelos contaminados
2. La nueva normativa: ¿quién está afectado?
3. Obligaciones de los titulares de las actividades potencialmente contaminantes
4. Determinación de la existencia de contaminación en el suelo
5. ¿Qué hacer una vez detectada la contaminación en el suelo?
6. Consideraciones para el sector industrial
7. Consideraciones para el titular o propietario del suelo
8. Conclusiones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RESIDUOS GANADEROS

1. Introducción al problema de los residuos ganaderos

2. Vertido controlado de purines al suelo
3. Técnicas de tratamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE RECUPERACIÓN DE SUELOS

1. Técnicas de Contención
2. Técnicas de Confinamiento
3. Técnicas de Descontaminación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMPOSTAJE

1. ¿Qué es el compostaje?
2. Propiedades del compost
3. Las materias primas del compost
4. Factores que condicionan el proceso de compostaje
5. El proceso de compostaje
6. Valoración de lodos de EDAR mediante compostaje
7. Biometanización de lodos de EDAR

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RECUPERACIÓN DE ESPACIOS DEGRADADOS

1. Recuperación de espacios degradados. Objeto del estudio
2. Metodología de trabajo
3. Índice orientativo del proyecto de remediación
4. Caso práctico

MÓDULO 2. GESTIÓN Y TRATAMIENTOS DE AGUAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONTAMINACIÓN DE LOS MEDIOS ACUÁTICOS

1. Introducción
2. Reglamentación técnico-sanitaria para abastecimiento y control de las aguas potables de consumo público

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS DE TRATAMIENTO DE AGUA POTABLE

1. Generalidades
2. Pretratamiento
3. La naturaleza del tratamiento
4. Definiciones relativas al tratamiento del agua
5. Oxidación/desinfección
6. Coagulación y floculación
7. Decantación
8. Filtración
9. Neutralización y remineralización
10. Desinfección
11. Desferrización
12. La eliminación del manganeso
13. Descarbonatación
14. Ablandamiento por vía química

15. Resinas de intercambio iónico
16. Distribución de los reactivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. APLICACIONES PRÁCTICAS DE LOS COAGULANTES/FLOCULANTES

1. Floculación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA DESALACIÓN DEL AGUA DEL MAR

1. Introducción
2. Los procesos actuales de desalación
3. La desalación en España
4. El futuro de la desalación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CARACTERÍSTICAS DE LAS AGUAS RESIDUALES

1. Introducción
2. Características de las aguas residuales
3. Propiedades físicas
4. Propiedades químicas
5. Materia inorgánica
6. Organismos patógenos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FOCOS DE CONTAMINACIÓN DE LAS AGUAS

1. Introducción
2. Procedencia de las aguas residuales
3. Aguas residuales urbanas
4. Aguas residuales industriales
5. Agua pluvial
6. Aguas de infiltración

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SISTEMAS DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES

1. Importancia, características y funciones de las depuradoras de aguas residuales
2. Redes de colectores y pretratamientos
3. Tratamiento primario

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRATAMIENTO SECUNDARIO

1. Introducción
2. Tipos de procesos biológicos
3. No convencionales
4. Convencionales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FUNDAMENTOS DE LOS PROCESOS BIOLÓGICOS

1. Estructura, características y fisiología de los microorganismos
2. Caracterización y estudio del flóculo de fango activo
3. Problemas de separación líquido sólido en el tratamiento de fangos activados

4. Métodos para el control del "bulking"

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TRATAMIENTO FÍSICO-QUÍMICO DE AGUAS RESIDUALES URBANAS

1. Producción de fangos
2. Procesos físico-químicos en la depuración de aguas residuales urbanas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. TRATAMIENTO DE LODOS

1. Introducción
2. Definición
3. Origen
4. Características
5. Tratamiento de lodos
6. Secado térmico
7. Destino de los lodos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. BIOREACTORES DE MEMBRANAS

1. Introducción.
2. Evolución histórica e implantación a nivel mundial.
3. ¿Qué son los MBR?
4. Ventajas e inconvenientes de los MBR
5. Criterios para el control del proceso
6. Unidad de ultrafiltración

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LEGISLACIÓN EN MATERIA DE AGUAS

1. Directiva marco

PARTE 4. DESPOBLACIÓN EN EL MEDIO RURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. El medio rural.
2. Desarrollo rural.
 1. - Década de los cincuenta y sesenta.
 2. - Década de los setenta.
 3. - Década de los ochenta.
 4. - Década de los noventa.
 5. - Desarrollo Rural en la sociedad actual.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA DESPOBLACIÓN DEL MEDIO RURAL EN ESPAÑA

1. La despoblación: un problema real.
2. Datos y estadísticas.
 1. - Datos por municipios.
 2. - Emigración de las zonas rurales.
 3. - Despoblación y auge de inmigración.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIDAS PARA COMBATIR LA DESPOBLACIÓN DEL MEDIO RURAL

1. Desarrollo local: aproximación histórica y evolución reciente.
2. Concepto de desarrollo local.
3. Características del desarrollo local.
4. Claves para la concepción estratégica del desarrollo local.
5. Objetivos del desarrollo local.
6. Modelos del desarrollo local.
7. El valor añadido del desarrollo local.
8. Campos de trabajo del desarrollo local.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EMPRENDIMIENTO SOCIAL

1. Actitud y capacidad emprendedora.
 1. - Conocimientos.
 2. - Destrezas.
 3. - Actitudes.
 4. - Intereses y motivaciones.
2. Análisis de oportunidades e ideas de pequeño negocio o microempresa.
 1. - Necesidades y tendencias.
 2. - Fuentes de búsqueda.
 3. - La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades.
 4. - Técnicas de creatividad en la generación de ideas.
 5. - Los mapas mentales.
 6. - Técnica de Edward de Bono (Seis sombreros).
 7. - El pensamiento irradiante.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

1. Agricultura ecológica: concepto.
 1. - Producción y etiquetado de los productos ecológicos.
2. Agricultura ecológica: principios básicos.
3. Controles específicos en agricultura ecológica.
 1. - Control mecánico y mediante pastoreo.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL TURISMO RURAL

1. Introducción al turismo rural.
 1. - Rasgos básicos y elementos específicos del turismo rural.
 2. - La demanda del turismo rural. Perfil y hábitos del cliente de turismo rural.
 3. - Economía del turismo rural.
 4. - Colectivos sociales interesados.
 5. - Beneficios y riesgos del turismo rural.
 6. - El Turismo Rural en España.
2. El alojamiento rural.
 1. - Tipos de alojamientos rurales.
 2. - Alojamientos más característicos.
 3. - Planificación económica del alojamiento rural.
 4. - Organización y personal.

5. - Dirección.
3. El entorno.
 1. - Elementos del entorno rural.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE PROYECTOS EMPRESARIALES PARA COMBATIR LA DESPOBLACIÓN RURAL

1. Introducción a la gestión de proyectos para el desarrollo rural.
2. Elementos del desarrollo local.
3. La planificación estratégica.
4. Las fases y contenidos de la planificación estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIALES PARA COMBATIR LA DESPOBLACIÓN RURAL

1. Acercamiento a los Proyectos Sociales.
2. Programas y proyectos sociales.
3. Problema social y objetivos.
4. Impacto.
5. Formulación, evaluación y monitoreo.
6. Evaluación.
7. Pasos a seguir en la formulación y evaluación de proyectos.
8. Evaluación Ex-Ante.
 1. - Calcular los costos (Análisis de la eficiencia).
 2. - Realizar el análisis de impacto de cada alternativa.
 3. - Estimar la relación Costo-Impacto.
 4. - Análisis multicriterio.
9. Programación.
 1. - Diseñar los procesos.
 2. - Diseñar la estructura organizacional.
 3. - Calcular los insumos.
 4. - Diseñar el modelo de Focalización.
 5. - Programar el monitoreo y la evaluación ex-post.
 6. - Elaborar el presupuesto.
10. Evaluación Ex-Post.
 1. - Medir los impactos logrados.
 2. - Calcular la relación Costo-Impacto.
 3. - Informes.

PARTE 5. DESARROLLO DEL TURISMO RURAL Y MARKETING TURÍSTICO

MÓDULO 1. DESARROLLO DEL TURISMO RURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SECTOR TURÍSTICO, EL TURISMO RURAL Y EL ALOJAMIENTO RURAL

1. El sector turístico
 1. - Definiciones y terminología del turismo
 2. - Diferentes formas de turismo
 3. - El sector turístico en la economía española

2. El turismo rural
 1. - Rasgos básicos y elementos específicos del turismo rural
 2. - La demanda del turismo rural. Perfil y hábitos del cliente de turismo rural
 3. - Economía del turismo rural
 4. - Colectivos sociales interesados
 5. - Beneficios y riesgos del turismo rural
 6. - El Turismo Rural en España
3. El alojamiento rural
 1. - Tipos de alojamientos rurales
 2. - Alojamientos más característicos
 3. - Planificación económica del alojamiento rural
 4. - Organización y personal
 5. - Dirección
4. Tipos jurídicos de empresa, empresario y establecimiento mercantil
5. Materias que suelen necesitar asesoramiento y asesores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PUESTA EN MARCHA DE UN ALOJAMIENTO RURAL

1. Estudio de Viabilidad
 1. - La empresa: clasificación y características
 2. - La microempresa: características y diferenciación
 3. - Diagnóstico de las capacidades del emprendedor/a
2. Las ideas de negocio
 1. - Fuentes de búsqueda de ideas
 2. - Variables de estudio
 3. - Factores directos e indirectos
3. Elección de la mejor idea de negocio. Cuadro de análisis DAFO: Utilidad, estructura, elaboración e interpretación
4. Normativa y trámites necesarios para la puesta en marcha de un alojamiento rural
 1. - Normativa autonómica
 2. - Normativa autonómica de protección sectorial
 3. - Normativa urbanística municipal
5. Condicionantes físico-territoriales que pueden influir en el atractivo y/o la fragilidad del lugar en donde se pretende implantar el alojamiento
 1. - Condicionantes paisajísticos referidos a posibles riesgos visuales
 2. - Características del clima local
 3. - Factores que pueden afectar negativamente a la calidad del aire
6. Medidas que favorecen la integración del alojamiento rural en un entorno natural durante la fase de construcción y/o explotación
 1. - Respeto del relieve de especial significación turística
 2. - Protección de los cauces naturales y de los recursos hidráulicos superficiales y subterráneos
 3. - Mantenimiento de las condiciones más favorables para la especies de fauna protegida
 4. - Conservación de zonas arboladas
 5. - Conservación de elementos significativos del patrimonio etnográfico de la zona (canales, puentes, lagares, molinos, etc.)
 6. - Adecuación de la construcción a las tipologías y sistemas tradicionales de la zona
 7. - Estudio y disponibilidad de infraestructuras. Agua, energía eléctrica y saneamiento
 8. - Utilización de ecotécnicas en la explotación del alojamiento rural

7. Condicionantes que pueden hacer más atractiva la oferta del alojamiento rural
 1. - Buena accesibilidad y comunicación
 2. - Disponibilidad de servicios y equipamientos de la zona
 3. - Amplia oferta de recursos naturales y culturales de la zona
 4. - Ausencia de barreras arquitectónicas
 5. - Control de calidad. Grado de satisfacción de los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL

1. La oferta turística como servicio.
 1. - Definición.
 2. - Características que diferencian a un servicio de un producto:
 3. - Características del cliente del servicio.
 4. - Diseño y valoración del servicio de forma que el cliente perciba recibir un servicio mayor que el precio que paga.
2. El Plan de Mercadotecnia. (Marketing)
 1. - Características.
 2. - Ventajas.
 3. - Etapas.
3. La mercadotecnia mixta o conjunta (Marketing mix)
 1. - Definición de la Mercadotecnia conjunta.
 2. - Efectos que produce la aplicación conjunta de las políticas de mercadotecnia.
 3. - Valorar la importancia de cada una de las políticas que intervienen en la mercadotecnia conjunta.
4. Comunicación y divulgación de la oferta del servicio.
 1. - Publicidad.
 2. - Promoción de ventas.
 3. - Relaciones públicas.
 4. - Otros medios de divulgación.

MÓDULO 2. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.
2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo
3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial
4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.
5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final.
6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.
7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

1. Estrategias y canales de distribución.
2. Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.
3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.
4. Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVUCIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.
2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL

1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.
2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.
3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.
4. Coste y rentabilidad de la distribución turística online

MÓDULO 3. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Concepto de distribución de servicios.
2. Características diferenciales de la distribución turística.
3. Intermediarios turísticos.
4. Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.
5. Las agencias de viajes.
6. Funciones que realizan.
7. Tipos de agencias de viajes.
8. Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.
9. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
10. La ley de Viajes Combinados.
11. Las centrales de reservas.
12. Tipos y características
13. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
14. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
15. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA DE ALOJAMIENTO

1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:
2. Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la

FUAAV (Federación Universal de Agencias de Viajes).

3. Acuerdos y contratos.
4. Tipos de retribución en la venta de alojamiento
5. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento: Identificación y uso.
6. Reservas directas e indirectas.
7. Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
8. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
9. Bonos de alojamiento: Tipos y características.
10. Principales proveedores de alojamiento: Cadenas hoteleras y centrales de reservas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA DE TRANSPORTE

1. El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos.
2. Fuentes informativas del transporte aéreo regular.
3. El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relaciones. Tarifas.
4. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.
5. El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular.
6. El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

1. El producto turístico integrado.
2. Tipos de viajes combinados.
3. Los cruceros.
4. Tendencias del mercado.
5. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
6. Términos de retribución.
7. Manejo de programas y folletos.
8. Procedimientos de reservas.
9. Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
10. Principales tour-operadores nacionales e internacionales.
11. Grupos turísticos y procesos de integración.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS VENTAS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. La venta de autos de alquiler.
2. Tarifas y bonos.
3. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
4. La venta de excursiones.
5. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
6. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
7. Aplicación de cargos por gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MARKETING Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS EN LAS ENTIDADES DE

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Concepto de Marketing.
2. El "Marketing" de servicios.
3. Especificidades.
4. Segmentación del mercado.
5. El "mercado objetivo".
6. El Marketing Mix.
7. Elementos.
8. Estrategias.
9. Políticas y directrices de marketing.
10. El Plan de Marketing.
11. Características.
12. Fases de la de marketing.
13. Planificación de medios.
14. Elaboración del plan
15. Marketing directo.
16. Técnicas.
17. Argumentarios.
18. Planes de promoción de ventas.
19. La promoción de ventas en las agencias de viajes.
20. La figura del promotor de ventas y su cometido.
21. Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.
22. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.
23. Normativa legal sobre bases de datos personales.
24. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.
25. Decisores y prescriptores.
26. El merchandising.
27. Elementos de merchandising propios de la distribución turística.
28. Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Las agencias de viajes virtuales:
2. Evolución y características de la distribución turística en Internet.
3. El dominio de la demanda.
4. Estructura y funcionamiento.
5. La venta en el último minuto.
6. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)
7. Utilidades de los sistemas online:
8. Navegadores: Uso de los principales navegadores.
9. Correo electrónico, Mensajería instantánea.
10. Teletrabajo.
11. Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line.
12. Modelos de distribución turística a través de Internet.
13. Ventajas.
14. Tipos.
15. Eficiencia y eficacia.

16. Servidores online
17. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PÁGINAS WEB DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y PORTALES TURÍSTICOS

1. El internauta como turista potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística
3. Medios de pago en Internet:
4. Conflictos y reclamaciones on line de clientes

PARTE 6. TURISMO RURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL Y TIPOLOGÍAS DEL TURISMO RURAL

1. El significado de turismo rural: revisión y características del concepto
 1. - Definición y caracterización del fenómeno turístico
 2. - La acotación conceptual de turismo rural
2. Fundamentos y factores de desarrollo del turismo rural
 1. - Valorización turística del espacio rural
 2. - El turismo como factor de desarrollo de los espacios rurales
3. Tipología de turismos en espacios rurales: identificación y rasgos básicos
 1. - Enfoques de identificación y clasificación
 2. - Tipos de turismo en espacio rural

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL TURISMO RURAL COMO FACTOR DE DESARROLLO LOCAL

1. El turismo y la estrategia de desarrollo local
 1. - Turismo y desarrollo económico
 2. - La estrategia de desarrollo local
 3. - El turismo como una opción de desarrollo local
2. Capacidad emprendedora y naturaleza de los negocios en el turismo rural
 1. - Capacidad emprendedora y desarrollo económico local
 2. - Factores de la capacidad empresarial
 3. - Naturaleza de los negocios turísticos rurales y su papel en las economías locales
3. El papel de las redes. Los microclusters turísticos
 1. - Redes y turismo
 2. - Clúster y turismo
 3. - Los microclusters turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS RURALES EN UN ENTORNO DE COMPETITIVIDAD

1. Hacia un desarrollo competitivo y sostenible del turismo rural en España
 1. - La competitividad
 2. - La sostenibilidad
2. Profesionalización y mejora de la calidad en la oferta turística rural
 1. - Profesionalización
 2. - Calidad
3. Gestión del conocimiento y posicionamiento competitivo

1. - El agroturismo
2. - Distritos culturales y ecomuseos
3. - El turismo de naturaleza

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ORDENACIÓN JURÍDICA DEL TURISMO RURAL: UN ANÁLISIS CRÍTICO

1. Delimitación conceptual del objeto de regulación
 1. - La normativa española sobre turismo rural: origen y evolución
 2. - La problemática definición legal de "medio rural"
 3. - Ámbito positivo de la ordenación del turismo rural: los alojamientos de turismo rural
 4. - Ámbito negativo de la ordenación de turismo rural: la exclusión del turismo activo y otras actividades desarrolladas en el medio rural
 5. - Definición jurídica de turismo rural
2. Régimen jurídico de la intervención administrativa en los alojamientos de turismo rural
 1. - La exigencia de una autorización administrativa específica. Rasgos procedimentales
 2. - Requisitos subjetivos: examen crítico de la pertenencia y vinculación al medio rural y demás limitaciones a la libertad de empresa
 3. - Requisitos objetivos: de las exigencias constructivas a las limitaciones de capacidad y funcionamiento de los alojamientos de turismo rural
3. Problemas y tendencias de la ordenación jurídica de los alojamientos de turismo rural

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y PAISAJE EN EL TURISMO RURAL

1. Los recursos del turismo rural. El paisaje como elemento de referencia
 1. - El papel del paisaje dentro del turismo rural
 2. - El concepto de paisaje
 3. - El paisaje desde el punto de vista de la demanda
 4. - Los paisajes españoles
2. La ordenación del territorio en los espacios rurales y su repercusión en los usos turísticos
 1. - La ordenación del territorio y la planificación territorial
 2. - La planificación territorial del turismo en los espacios rurales
 3. - Los instrumentos de planificación en los espacios rurales
3. Instrumentos locales para la gestión territorial del turismo rural
 1. - El planeamiento urbano en el ámbito local
 2. - El paradigma de la sostenibilidad
 3. - La Agenda 21 Local

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FACTORES DE LOCALIZACIÓN ESPACIAL DEL TURISMO RURAL

1. El turismo rural en el marco de la nueva multifuncionalidad de los espacios rurales
 1. - El sistema turístico integrado y el producto turístico en los espacios rurales
2. Los recursos turísticos complementarios en el medio rural
 1. - Evaluación de los factores internos
 2. - Evaluación de los factores externos
3. La delimitación del potencial turístico en los espacios rurales
 1. - Las "unidades ambientales turísticas": su delimitación
 2. - Aplicación de la delimitación funcional "unidades ambientales turísticas": el caso de la Sierra de Espadán

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GOBERNANZA, PARTICIPACIÓN DE ACTORES Y GESTIÓN DE REDES EN TURISMO RURAL

1. Identificación de los actores del turismo rural en España
2. El papel de la Administración Local en el modelo de gobernanza
 1. - La política local de turismo en el marco de la complejización del proceso político
 2. - La gobernanza local del turismo: una nueva clave para la competitividad de los destinos turísticos rurales
3. Participación y articulación de redes público-privadas en la gestión de destinos turísticos rurales
 1. - Participación y red de actores turísticos
 2. - Gestión de redes del destino turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL TURISMO RURAL

1. Iniciativas empresariales vinculadas al turismo rural
2. El papel de las pymes y microempresas en el turismo rural
3. Gestión y claves de competitividad del sector empresarial en el turismo rural

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LOS RETOS DEL MARKETING EN EL TURISMO RURAL

1. La gestión de marketing en el turismo rural
 1. - El marketing en el sector turístico
 2. - Aspectos diferenciales del marketing de los servicios turísticos e implicaciones de marketing
 3. - Factores condicionantes del marketing en el turismo rural
 4. - La investigación en el turismo rural: demanda y oferta
2. Estrategias de marketing en el turismo rural: producto y precio
 1. - Estrategias de producto en el turismo rural
 2. - Estrategias de precios en el turismo rural
3. La comercialización del turismo rural: distribución y comunicación
 1. - La estrategia de distribución
 2. - La estrategia de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LAS MARCAS-DESTINO DE TURISMO RURAL EN ESPAÑA

1. La configuración como destino turístico de un espacio rural
 1. - Elementos que requiere un espacio para constituirse en un destino turístico
 2. - La imagen de los destinos turísticos rurales
2. Elementos identificativos de las marcas-destino asociados al turismo rural
 1. - El concepto de marca-destino
 2. - Las funciones gráficas de la marca
 3. - Las funciones emocionales de la marca
3. El posicionamiento de los destinos turísticos rurales en España
 1. - Configuración de una marca en un destino turístico rural
 2. - Proceso de desarrollo de una marca turística
 3. - Elementos identificativos de las marcas-destino asociados al turismo rural
 4. - El concepto de submarca
 5. - Destinos turísticos rurales identificados

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MERCADOS DE ORIGEN Y DESTINOS COMPETIDORES DEL TURISMO RURAL ESPAÑOL

1. Características de la demanda de turismo rural en España
 1. - Análisis cuantitativo de la demanda de turismo rural en España
 2. - Análisis cualitativo de la demanda de turismo rural en España
2. Principales mercados de origen de turismo rural hacia España
 1. - El mercado nacional
 2. - Los principales mercados internacionales
3. Los destinos competidores del turismo rural español
 1. - Alemania
 2. - Austria
 3. - Bélgica
 4. - Francia
 5. - Irlanda
 6. - Italia
 7. - Reino Unido
 8. - Países del Centro y Este de Europa

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 900 831 200

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.edu.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group