



Masters Profesionales

Master en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos

1. Sobre Inesem
2. Master en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Porqué elegir Inesem?
6. Orientacion
7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Master en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters Profesionales

- Título Propio del Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM) "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."

Resumen

El desarrollo sostenible es el modelo del siglo XXI. Cuenta con la necesidad de la planificación y gestión turística, siendo estas las herramientas fundamentales para la generación, el desarrollo y el posicionamiento de destinos turísticos a nivel tanto nacional como internacional. Por ese motivo, este máster aporta los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para desenvolverte profesionalmente en el sector del turismo sostenible, al adquirir la formación necesaria para liderar el cambio hacia una gestión sostenible y estructurada de la actividad turística, tanto en la administración pública como en el sector privado.

A quién va dirigido

El Master en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos está dirigido especialmente a profesionales del sector turístico dedicados a la implantación de estrategias y políticas de gestión, planificación y promoción de destinos turísticos. Así como a todo aquel titulado interesado en un turismo sostenible.

Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Entender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales.
- Diseñar e implementar estrategias de gestión y promoción de destinos turísticos según los principios de sostenibilidad.
- Aplicar las herramientas e instrumentos necesarios para la gestión y planificación de destinos turísticos.
- Elaborar planes y acciones estratégicas de marketing de destinos y productos turísticos.





¿Y, después?

Para qué te prepara

Con el Master en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos aprenderás todo lo relativo al sector turístico, desde investigación de mercados hasta el diseño de productos turísticos. Además serás capaz de satisfacer las necesidades que se encuentran en el sector, aplicando marketing turístico. Todo ello basado en una gestión sostenible y una perspectiva internacional, integradora e interdisciplinaria.

Salidas Laborales

Tras la realización del Máster en Gestión Sostenible de Destinos Turísticos podrás desempeñarte profesionalmente en puestos como: dirección de campaña de promoción de destino, responsable de centro de iniciativas turísticas, responsable de oficina de turismo, técnico asesor de gestión del patrimonio natural y cultural, responsable de promoción y comercialización, entre otros.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Master en Planificación y Gestión Sostenible de Destinos Turísticos

Módulo 1. **Introducción al turismo y la sostenibilidad**

Módulo 2. **Investigación de mercados turísticos**

Módulo 3. **Planificación estratégica de productos y destinos turísticos**

Módulo 4. **Destinos turísticos**

Módulo 5. **Desarrollo turístico local**

Módulo 6. **Gestión sostenible del turismo**

Módulo 7. **Gestión sostenible aplicada a empresas hosteleras**

Módulo 8. **Diseño de productos turísticos**

Módulo 9. **Promoción y comercialización de productos o servicios turísticos locales**

Módulo 10. **Gestión de la calidad en hostelería y turismo**

Módulo 11. **Proyecto final de máster**

Módulo 1. Introducción al turismo y la sostenibilidad

Unidad didáctica 1. Introducción al turismo y la hostelería

1. Historia y evolución del Turismo
2. Concepto y definiciones
3. Análisis de la composición del producto turístico de España
4. Principales destinos turísticos españoles y sus características
5. Destinos turísticos internacionales
6. El mundo de la hostelería

Unidad didáctica 2. El mercado turístico y la distribución turística

1. Producto y características del producto
2. La oferta y la demanda del turismo en España
3. La distribución turística
4. Las centrales de reservas
5. Los sistemas globales de distribución
6. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional
7. Las motivaciones turísticas
8. La distribución del turismo en Internet

Unidad didáctica 3. Turismo sostenible

1. Concepto de sostenibilidad
2. Concepto de turismo sostenible
3. Características del turismo sostenible
4. Turismo y medio ambiente
5. Turismo y educación ambiental

Unidad didáctica 4. Desarrollo turístico sostenible

1. Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales
2. El desarrollo sostenible para planificadores locales
3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico
Impactos ambientales
4. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico
5. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos
6. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad

Unidad didáctica 5. Políticas de turismo sostenible

1. Declaraciones internacionales
2. Las políticas de turismo sostenible en la Unión Europea
3. Regulación del turismo sostenible

Unidad didáctica 1.

Introducción a la investigación de mercados turísticos

1. Introducción
2. Las fases de la investigación de mercado
3. Los indicadores turísticos

Unidad didáctica 2.

El turismo y la estructura del mercado turístico

1. Concepto de Turismo Evolución del concepto de Turismo
2. El sistema turístico Partes o subsistemas
3. El mercado turístico
4. La demanda turística
5. Pautas para investigar la demanda viajera
6. La oferta turística Componentes de la oferta turística
7. Evolución histórica del turismo Situación y tendencias
8. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados
9. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados
10. Análisis de motivaciones

Unidad didáctica 3.

Proceso de investigación de mercados turísticos

1. Los componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

Unidad didáctica 4.

Técnicas de investigación de mercados turísticos

1. Estudios de mercado
2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4. Segmentación de los mercados
5. Tipos de mercado
6. Posicionamiento

Unidad didáctica 5.

Marketing turístico

1. Concepto de Marketing
2. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de turismo
3. Marketing directo
4. El merchandising
5. Marketing operacional y marketing mix en el sector de turismo
6. Marketing vivencial, sensorial o experiencial
7. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo
8. 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
9. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales
10. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas

Módulo 3.

Planificación estratégica de productos y destinos turísticos

Unidad didáctica 1.

Naturaleza de la empresa turística

1. Conceptualización de la empresa turística
2. Estructura interna de la empresa
3. El empresario turístico
4. Contexto de la empresa turística
5. Tipos de empresas turísticas

Unidad didáctica 2.

El concepto de estrategia en la empresa turística

1. Concepto de estrategia
2. Actitud estratégica
3. Pensamiento estratégico
4. La empresa como conjunto de recursos y capacidades
5. Implicaciones estratégicas de la teoría de los recursos y capacidades

Unidad didáctica 3.

Gestión de empresas turísticas

1. Descripción del negocio
2. Organización y recursos humanos
3. Organización y departamentos
4. Estudio de mercado
5. Plan de marketing
6. Plan de producción
7. Plan financiero

Unidad didáctica 4.

Aproximación a los recursos turísticos

1. Ocio y tiempo libre como recursos
2. Los recursos locales y regionales

Unidad didáctica 5.

Regulación jurídica de la empresa turística

1. Contexto de la empresa turística
2. Fuentes de regulación jurídica de la empresa turística

Unidad didáctica 6.

Gobernanza turística del destino

1. Competitividad, sostenibilidad y gobernanza
2. Gobernanza turística y redes de actores
3. Retos y dificultades

Unidad didáctica 7.

Ordenación territorial y planificación estratégica

1. Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico Normativas
2. Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales
3. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos
4. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector Métodos cuantitativos y cualitativos Aplicaciones estadísticas
5. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos Posicionamiento estratégico frente a la competencia
6. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos

Módulo 4.

Destinos turísticos

Unidad didáctica 1.

El turismo y el destino turístico

1. El turismo
2. Productos turísticos
3. Destinos turísticos

Unidad didáctica 2.

Principales destinos turísticos nacionales

1. Turismo de sol y playa
2. Turismo de naturaleza y turismo activo
3. Turismo cultural y religioso
4. Turismo profesional
5. Turismo social y de salud

Unidad didáctica 3.

Principales destinos turísticos internacionales

1. Europa
2. África
3. América del Norte
4. América Central y América del Sur
5. Asia
6. Oceanía

Unidad didáctica 4.

Patrimonio histórico-artístico y cultural

1. Análisis de los recursos y servicios del destino turístico
2. Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio
3. Medios interpretativos personales y no personales
4. Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución de la información
5. Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios
6. Integración e interrelación de información

Unidad didáctica 5.

Destinos turísticos culturales

1. Cultura y turismo: conformación de destinos
2. Ciudades históricas como espacios patrimoniales
3. Complejidad de las aglomeraciones urbanas como atractivo complementario
4. La cultura rural como atractivo turístico

Módulo 5. Desarrollo turístico local

Unidad didáctica 1. El desarrollo local

1. 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
9. La globalización como cambio en el desarrollo local

Unidad didáctica 2. Plan de desarrollo turístico

1. Características del plan de desarrollo turístico
2. Fases de un plan de desarrollo turístico
3. El proyecto de desarrollo turístico

Unidad didáctica 3. Los clusters turísticos

1. Concepto de clúster
2. Descripción de clústers turísticos

Módulo 6. Gestión sostenible del turismo

Unidad didáctica 1. ¿qué es el turismo sostenible?

1. Introducción
2. Conceptos básicos
3. ¿Cuándo y por qué surge el ecoturismo?
4. Repercusión internacional
5. Actividad turística
6. Educación Ecoturismo
7. Casos prácticos

Unidad didáctica 2. Impacto ambiental del turismo

1. Impactos ambientales en el litoral
2. Impactos ambientales en áreas de montaña
3. Impactos del turismo en áreas protegidas
4. Evaluación del impacto ambiental de las actividades turísticas

Unidad didáctica 3. Nuevas tendencias, viajes turísticos sostenibles

1. Máximas del turismo sostenible
2. Impacto negativo del turismo en el entorno
3. Comercialización de productos turísticos sostenibles
4. Exigencias del diseño de destinos sostenibles

Unidad didáctica 4.

Las agencias de viajes y la promoción de la oferta turística sostenible

1. Introducción
2. Promoción de los paquetes turísticos a la oferta
3. Venta de viajes programados
4. Elaboración y programación de un paquete turístico

Unidad didáctica 5.

Innovaciones de bajo coste como mecanismo inductor del turismo

1. Concepto de innovación y sistemas de innovación
2. Relación entre el concepto de innovación y los sistemas de innovación
3. La innovación en el sector turístico

Módulo 7.

Gestión sostenible aplicada a empresas hosteleras

Unidad didáctica 1.

Los hoteles en el turismo sostenible

1. La hotelería en el sistema turístico
2. Actuaciones hoteleras dirigidas a un turismo sostenible
3. Percepción de las distintas dimensiones del turismo sostenible

Unidad didáctica 2.

Incidencia ambiental de la actividad hotelera

1. Agentes y factores de impacto
2. Tratamiento de residuos: Manejo de residuos y desperdicios
Tipos de residuos generados
Residuos sólidos y envases
Emisiones a la atmósfera
Vertidos líquidos
3. Normativa aplicable sobre protección ambiental
4. Otras técnicas de prevención o protección

Unidad didáctica 3.

Gestión sostenible en los hoteles

1. Instrumentos aplicados en la gestión sostenible
2. Implantación de la gestión sostenible
3. Gestión del cambio

Unidad didáctica 4.

Gestión del agua y de la energía en hoteles

1. Consumo de agua Buenas prácticas ambientales en el uso eficiente del agua
2. Consumo de energía Ahorro y alternativas energéticas Buenas prácticas ambientales en el uso eficiente de la energía

Unidad didáctica 5.

La calidad hotelera en el turismo sostenible

1. Destinos turísticos
2. La calidad de los destinos turísticos
3. La calidad de los servicios turísticos
4. Influencia de la calidad en la competitividad turística

Unidad didáctica 6.

Buenas prácticas ambientales

1. Compras y aprovisionamiento
2. Elaboración y servicio de alimentos y bebidas
3. Limpieza, lavandería y lencería
4. Recepción y administración
5. Mantenimiento

Módulo 8.

Diseño de productos turísticos

Unidad didáctica 1.

Análisis del potencial turístico de una zona y su viabilidad

1. Introducción al análisis Diversificación, planificación y sostenibilidad
2. Evolución y análisis de la situación actual
3. El entorno y sus recursos turísticos
4. Técnicas de Evaluación
5. Valoración de los Recursos
6. Normas de protección del medio ambiente

Unidad didáctica 2.

Diseño de productos turísticos

1. Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales
2. Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales Fases y ejecución Diseño y desarrollo de servicios
3. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución Financiación de proyectos Gestión de proyectos
4. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local
5. Gestión de iniciativas turísticas

Unidad didáctica 3.

Puesta en marcha del producto turístico

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
6. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos

Unidad didáctica 4.

Dinamización de recursos territoriales

1. Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico Normativas
2. Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales
3. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos
4. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector Métodos cuantitativos y cualitativos Aplicaciones estadísticas
5. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos Posicionamiento estratégico frente a la competencia

Módulo 9.

Promoción y comercialización de productos o 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 servucción en el sector de hostelería y turismo

1. Elementos para una teoría de la servicio Justificación e importancia de su uso
2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servicio 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 10.

Gestión de la calidad en hostelería y turismo

Unidad didáctica 1.

La cultura de la calidad en las empresas y/o entidades de hostelería y turismo

1. El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico
2. Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves
3. Aspectos legales y normativos
4. El plan de turismo español Horizonte 2020

Unidad didáctica 2.

La gestión de la calidad en la organización hostelera y turística

1. Organización de la calidad
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo

Unidad didáctica 3.

Procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo

1. Procesos de producción y servicio
2. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
3. Gestión de los datos
4. Evaluación de resultados

Unidad didáctica 4.

Calidad y competitividad de los productos de turismo especializado con énfasis en ecoturismo

1. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los productos turísticos
2. Calidad del servicio turístico
3. Certificados de turismo sostenible
4. Buenas prácticas ambientales
5. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad

Unidad didáctica 5.

Atención al cliente de servicios turísticos en inglés

1. Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes
2. Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor. Saludos, presentaciones y fórmulas de conrtesía habituales
3. Diferenciación de stilos, formal e informal en la comunicación turística oral y escrita
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores. Situaciones habituales en als reclamaciones y quejas de clientes
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad
6. Comunicación y atención en caso de accidente con als personas afectadas

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Comunidad

Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.



Revista Digital

Secretaría

5

pilares del método

Campus Virtual

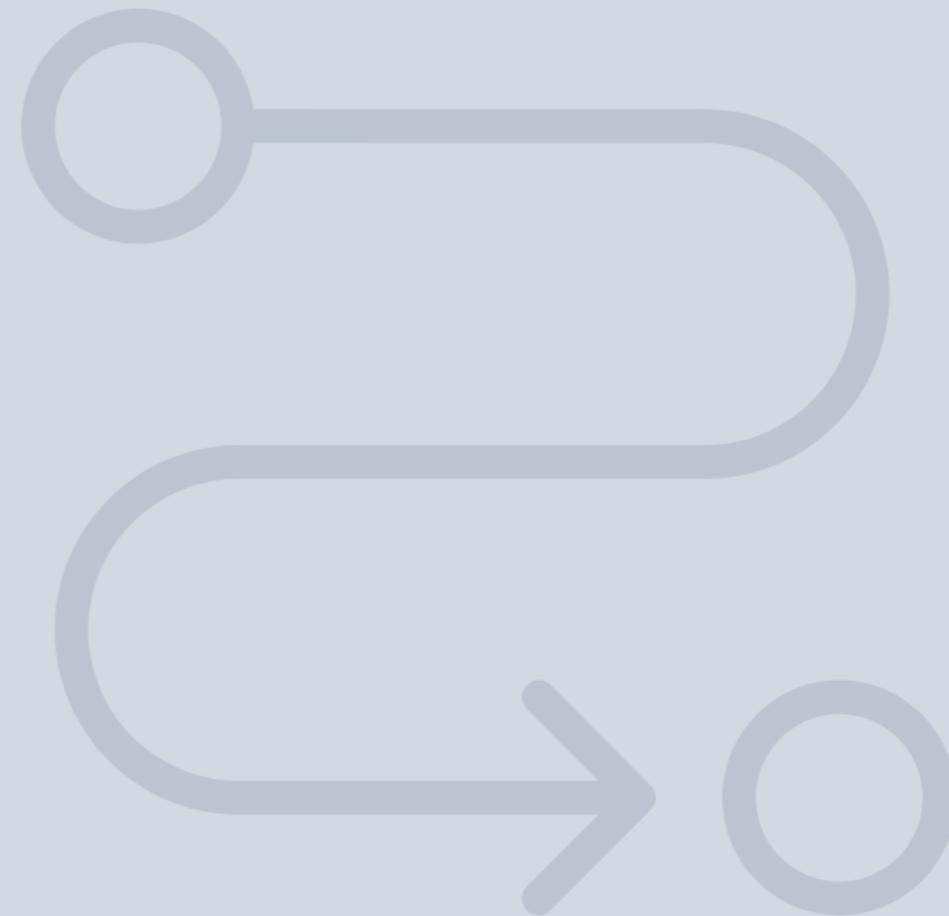
Webinars

Comunidad



SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%	Beca desempleo	Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.
15%	Beca emprende	Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.
10%	Beca alumnos	Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Masters Profesionales

Master en Planificación y Gestión Sostenible de
Destinos Turísticos

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.