

DIPLOMADO EN GERENCIA DE EMPRESAS TURÍSTICAS



Vigilada Mineducación

Educación
Continuada



CECUnorte

Mayores informes
Teléfonos: (605) 3500922
cec@uninorte.edu.co
www.uninorte.edu.co/web/educacion-continuada

Justificación

De acuerdo con la organización mundial del turismo, el volumen de negocios alrededor del sector iguala o incluso supera las exportaciones tradicionales de petróleo, commodities o automóviles. Según datos de la OMT (2017), la actividad turística a nivel mundial contribuye con el 10% del PIB, y aporta uno de cada 10 empleos. Es claro que hay regiones que tienen mayor desarrollo en determinados tipos de turismo, ya sea por su cultura, topografía, ubicación, entre otros. Gracias a estas ventajas comparativas podemos encontrar una diversidad turística, inclusive dentro de un mismo país, y gracias a ello toda la economía que se mueve en torno a este turismo permite que esta sea una fuente de contribución importante a la economía mundial. La economía basada en el turismo evidencia una alta competencia en cada una de sus líneas de negocio, siendo una de las más ofertadas

el sector hotelero, que sin duda alguna, tiene alto impacto al momento de elegir un destino turístico; es por ello que en este sector de la economía turística cada vez más se presentan prácticas de responsabilidad social empresarial como fuente de diferenciación que le permita, a esas compañías, posicionarse a nivel nacional e internacional, lo cual, a su vez, le conlleva a obtener innumerables beneficios y además ser consecuente con la misma economía de su entorno y con otros factores de orden social y ambiental. Es claro que se trata de un sector relevante para la economía de países emergentes y con alto potencial turístico. Las estadísticas así lo demuestran.

Metodología

Las sesiones se realizarán utilizando las siguientes metodologías:

- Casos de estudio
- Storytelling
- Design Thinking
- Trabajo participativo y colaborativo
- Aprendizaje por proyectos

Dirigido a:

Personal directivo y estratégico de empresas del ecosistema turístico. Gerentes, directores, personas de servicio al cliente en la industria del turismo, particularmente hoteles, operadores turísticos y agencias de viaje.

Duración del programa

92 HORAS

Resultados de aprendizaje

Formar de manera integral a ejecutivos en elementos estratégicos de la gestión en empresas del sector turístico, capaces de Identificar principales KPI en la industria e Identificar elementos claves en el diseño de un producto turístico, además de:

- Identificar fuentes de ventajas competitivas a partir de procesos de sostenibilidad en el sector turístico
- Trazar planes de acción en los elementos claves de éxito como gestión humana, planeación, gestión comercial, tecnologías de Información aplicadas entre otros.
- Implementar nuevas metodologías de servicio.

Contenido

1. Sostenibilidad en la industria del turismo (10 horas)

- Acceso a mercados internacionales a partir de la sostenibilidad
- Sostenibilidad como fuente de ventaja competitiva
- Administración del riesgo operativo desde la sostenibilidad
- Relacionamiento con grupos de interés

2. Diseño de productos turísticos (10 horas)

- Diseño de paquete turístico y Storytelling: Conocer el mercado internacional es fundamental para la creación de producto turístico. En este módulo se estudiarán tres mercados potenciales de Colombia con el fin de saber especificaciones técnicas del perfil de cada mercado como por ejemplo cuántos días toman de vacaciones, sus preferencias de gustos en cuanto a nichos, entre otros, para organizar de manera creativa el storytelling y paquete turístico ideal.

- Estrategia digital para un mercado puntual: Uso de Web propia, redes sociales e influenciadores, agencias digitales internacionales. casos de buenas prácticas.
- Productos turísticos Vacacionales: Se estudian los productos Cultura, naturaleza, sol y playa, náutico y cruceros y bienestar con los respectivos nichos que tiene cada uno de estos productos, cuáles son los mercados claves de cada producto, benchmarking en Latinoamérica de cuál es la fortaleza en cuanto a producto de cada país.
- Turismo musical, the new gastronomy Marca versus campañas en turismo: ¿Es necesario tener una marca para poder posicionar un destino o producto? Se estudiará cual es la diferencia entre una marca y una campaña.
- Estrategia de internacionalización: Eventos comerciales y Eventos de aprendizaje: Ferias, workshops, agendas comerciales, activaciones, lanzamientos, ruedas de negocio. Se diferenciará cada una de estas maneras de hacer promoción, cuál es la más acertada para cada empresa según objetivos, etapa de crecimiento y tamaño de esta.

3. Innovación en la industria del turismo (9 horas)

- Generación de confianza
- Estructuración del consorcio
- Planeación
- Implementación de acciones de promoción
- Consolidación del plan de trabajo

4. Turismo MICE, turismo de negocios y su potencial transformador (10 Horas)

- Fundamentación económica del turismo
- Componentes turismo MICE
- Diferencias entre turismo MICE y turismo de negocios
- Estrategias de promoción del destino

5. Online Travel Agencies (OTAs) (9 horas)

- OTA vs Agencias Tradicionales
- Diferencias entre Click, Brick & Click, Brick
- Diferencias entre B2B y B2C cual debe seguir la OTA
- Etapas en el proceso de compras OTA
- Diseño de Estrategia OTA
- Metodologías ágiles de desarrollo OTA
- Publicidad y Marketing
- Publicidad en mi sitio Web
- Marketing y Visibilidad
- Cómo medir la estrategia
- Fidelización de cliente
- Atención al cliente, medios de pago
- Sistemas de seguridad y aspectos legales
- Presente y futuro de las OTA
- Nuevos retos
- Consejos y conclusiones

6. Diseño y Gestión Efectiva del Marketing Turístico para Empresas del Sector Comercio y Servicios (9 horas)

- Innovación en Servicios Turísticos
- Investigación de Mercados en Servicios Turísticos
- Creación de Soluciones de Valor en Servicios Turísticos (Bienes, Servicios, Experiencias)
- Administración de Experiencias en Servicios de Hospitalidad
- Conclusión: Retos y Oportunidades Encontradas

7. Gestión Comercial en empresas de turismo (10 horas)

- Planeación del modelo comercial
- Qué vender?
- Cuánto vender?
- A quién vender?
- La visita Efectiva
- Capacitación en producto
- Acompañamiento
- Asesoría
- Motivación
- Apoyo a Novedades

- Confianza
- Maletín ideal
- Gestión de Clientes
- Seguimiento y mejora continua
- Coaching efectivo
- Seguimiento de propuestas
- Visita recurrente
- Concretar resultados

8. Planeación de Gestión Humana (8 horas)

- Tendencias de la gestión del talento humano en el siglo XXI.
- Alineación estratégica de la administración del talento humano con el core del negocio.
- Modelo de gestión del talento humano por competencias (reclutamiento, selección, socialización, entrenamiento y evaluación del desempeño).

9. Planeación estratégica (8 horas)

- Componentes del proceso de planeación estratégica y su aplicabilidad
- Determinantes de la filosofía institucional.
- Componentes del diagnóstico organizacional
- Determinación de estrategias competitivas

10. Gestión hotelera (9 horas)

- Normas Técnicas Sectoriales Hoteleras – NTSH
- Organización de Un Hotel
- Tipos De Hotel/Conceptos/Un Hotel/Motel/Hoteles Comerciales/Hoteles de Aeropuerto/Hoteles Suites/Hoteles De Larga Estadía/Hoteles Resort/Hoteles Cama Y Desayuno/Hoteles De Convenciones/
- Clasificando Huéspedes: Viajero De Negocios/Viajes De Placer/Viajero De Grupo
- Organización Hotelera
- Organigrama De Un Hotel Servicios Completos
- Indicadores Hoteleros.

Experto facilitador

MARIO GIRALDO

Doctor en Administración University of Surrey, Reino Unido; Especialista en Psicología Económica y del Consumo, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia; Master en Marketing, EGADE Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Monterrey, México. Profesional en Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia. Docente y Conferencista en Mercadeo, Comportamiento del Consumidor, Marketing de Servicios, Administración de Servicios, Servicio Transformador y Lógica de Servicio. Ha prestado sus servicios como capacitador para Suramericana de Seguros, Sempertex, Olímpica, Carulla, Triple A, Cámara de Comercio de Barranquilla, Procolombia, Copidrogas, Gecolsa, Banco Colpatria, Monómeros Colombo Venezolanos Copidrogas, AFEMCA, SENA, FENALCO, Rellianzy Universidad del Norte entre otros.

OLGA JARAMILLO

Trabajadora Social, Universidad de Caldas (Colombia), Especialista en Administración de Recursos Humanos, Universidad de Manizales (Colombia), Magíster en Administración de Empresas, Universidad del Norte (Colombia) y Máster en Habilidades Directivas, Coaching y factor Humano en la empresa, de la Universidad Camilo José Cela (España). Certificación internacional como Coach Ontológica por Newfield Network (Chile) y Coach con Programación Neurolingüística certificada por SG Talent.

VICTOR HUGO ZAPATA

Comunicador Social-Periodista, Especialista en Gerencia y Magister en Administración. Director de Proyectos Propios de Plaza Mayor Medellín, Director de Turismo de Reuniones del Medellín Convention and Visitors Bureau, Director de Congresos para América Latina de ESA Latin America, Director de Mercadeo y Negocios del Jardín Botánico de Medellín y actualmente es el Gerente General de CLASE SAS. Consultor de Procolombia, columnista de turismo para el periódico Poblado Life. Docente universitario hace 17 años en pregrados y postgrados de diversas universidades públicas y privadas. Speaker, Consultor y Asesor en Turismo.

SAÚL GONZÁLEZ

Administrador de Empresas. Especialista en Gerencia de Empresas Comerciales. Magíster en Administración de Empresas de la Universidad del Norte. Coordinador del Programa de Prácticas Empresariales de la Universidad del Norte. Jefe Administrativo ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A. Tutor del Programa EXPOPYME. Docente Tiempo Completo de la Escuela de negocios en el área de organizaciones en pregrado y posgrado. Consultor empresarial en los temas de fortalecimiento organizacional y estrategia competitiva. .



JAVIER GONZÁLEZ

Gerente General de Hotel con más de 9 años de experiencia en la Cadena Hotelera RIU internacional. Conocimiento de las diferentes áreas de hostelería y F&B. Capacidad de liderazgo, planificación, administración y gestión en entornos multiculturales en diferentes países

CAMILO MEJÍA REÁTIGA

Es Ph. D en administración -en el área de organizaciones- en la Universidad EAFIT. Es MBA de la Universidad de los Andes y Administrador de Empresas de la Universidad del Norte, con énfasis en negocios internacionales. Se ha desempeñado como Docente –Investigador de la Universidad del Norte desde 2004 y durante los últimos 10 años se ha desempeñado como consultor y asesor organizacional en procesos administrativos y Responsabilidad Social. Ha sido asesor y consultor de diferentes organizaciones en los temas de planeación estratégica, responsabilidad social y estructura organizacional. Conferencista en eventos nacionales e internacionales. Hace parte del staff de consultores free lance de Global Integrity. Ha sido nombrado miembro de la junta directiva de prestigiosas organizaciones internacionales como la Asociación Latinoamericana de Casos –ALAC- (presidente durante 2011) y Asociación Mundial de Estudio y Aplicación del Método del Caso –WACRA- (miembro de la junta directiva).

ROMÁN JOYA

Country Manager (Almundo.com) Ingeniero Industrial de la Universidad de los Andes con Maestría en Mercadeo. Experiencia Internacional e interés para trabajar en gerenciar organizaciones, con enfoque en turismo, hotelería, desarrollo de productos, negociación, Mercadeo, ventas y Gestión de Organizaciones. Capacidad y experiencia para trabajar bajo presión, autonomía, excelentes relaciones interpersonales, habilidades para trabajar en equipo y liderar grandes equipos de trabajo.

HAYZA PADILLA

Gerente de Ventas Regional Caribe – Santander de Copa Airlines. Magister en Administración -Universidad del Norte. Especialista en Gerencia de Empresas Comerciales- Universidad del Norte. Administradora de Empresas.

VANESSA BOTERO

Profesional en Administración de Negocios de la Universidad EAFIT (2007), Máster en Relaciones Públicas y Organización de eventos (2009) y Master Degree in Arts and cultural Management de la Universidad Internacional de Cataluña (2010). Doce años de experiencia en el sector público, en Diplomacia, Captación de Eventos Internacionales, Relaciones Públicas y Turismo. Buen manejo del idioma inglés en lectura, escritura y habla. Excelente manejo de las relaciones interpersonales, con alto sentido de la responsabilidad, compromiso y gran facilidad de adaptación al cambio.