



Animación Turística

Sku: PA8539

Horas: 30

OBJETIVOS

- 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.

CONTENIDOS

- **Unidad 1. Estructura del mercado turístico.**
 - Origen y evolución del fenómeno turístico
 - Recorrido histórico
 - Factores que influyen en su desarrollo
 - Efectos que produce el turismo
 - Dinámica y evolución de los flujos turísticos

- Los viajeros del siglo XXI
- La organización del sector
 - Algunas definiciones
 - El marco jurídico, económico y social
 - Administraciones Públicas competentes en materia de turismo
- Oferta y demanda turística
 - Elementos del mercado
 - Recursos
 - Servicios y equipamientos
 - Productos turísticos
- La estructura de comercialización en el sector
 - Canales de distribución de la oferta turística
 - Operadores turísticos: funciones que desarrollan
 - Actuales vías de comercialización: compra directa por parte del cliente
- Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos: Marketing turístico
- Identificación y caracterización de fuentes de financiación
 - La financiación propia
 - La autofinanciación
 - La autofinanciación por enriquecimiento: las reservas
 - La amortización o autofinanciación por mantenimiento. La depreciación del inmovilizado
- La función financiera de las amortizaciones
- El efecto expansivo de la amortización o efecto Lohmann-Ruchti
- Financiación mediante capital y reservas
- Financiación mediante subvenciones
- Financiación mediante deuda
- Relación óptima entre recursos propios y ajenos
 - Ventajas e inconvenientes de la autofinanciación
 - Medidas de cálculo
 - El coste medio de financiación
 - Flujo de caja descontado o valor actual neto (van)
 - La tasa interna de rendimiento (TIR)
 - El cash flow como flujo de tesorería
- Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico
 - Clasificación de las inversiones
 - El análisis de inversiones en condiciones de riesgo
 - Instrumentos de inversión a corto plazo
 - El plazo de recuperación (PR)
 - ROI (Return On Investment)
- **Unidad 2. Técnicas de comunicación para la animación**
 - El informador como asesor de tiempo libre
 - El mensaje
 - Personalización de la atención y acogida
 - Ámbitos de información

- Publicaciones básicas gratuitas
 - Ámbitos de servicios
 - Requisitos de los servicios prestados
- Adaptación de la información a los tiempos de estancia y consumo
- Adaptación de la información a las expectativas de viaje
 - Recreación imaginaria del viaje
 - La imagen
 - Las expectativas
- Comunicación interna
 - Alcance de la comunicación interna
 - Clasificación de la comunicación interna
 - Comunicación formal e informal
 - Canales y medios de comunicación interna
 - Comunicaciones urgentes
- Comunicación externa
 - Principales actividades
 - Publicaciones turísticas
 - Internet
 - Otros medios de comunicación: la radio
 - Otros medios de comunicación: la televisión
 - Otros medios de comunicación: el cine
 - Otros medios de comunicación: el medio exterior
- Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información
 - Marketing directo (ONE to ONE) y CRM
 - Marketing online (e-Marketing)
- **Unidad 3. Juegos y actividades físicas recreativas para la animación**
 - Organización de actividades físico-deportivas y recreativas de animación
 - Interpretación de los elementos programáticos en proyectos de animación físico-deportivos y recreativos
 - Características y expectativas de los usuarios
 - Criterios para la propuesta de actividades alternativas en función de características de los usuarios
 - Espacios abiertos, instalaciones y recursos materiales en animación con actividades físico-deportivas y recreativas
 - Los juegos en la programación de actividades de animación físico-deportiva y recreativa
 - El juego como soporte básico en animación físico-deportiva y recreativa
 - Introducción y definiciones
 - La importancia del juego
 - La actividad deportiva
 - Juegos y actividades físico-deportivas, recreativas y de animación turística
 - Requisitos mínimos
 - Ventajas e inconvenientes de la competencia y cooperación en actividades lúdico-deportivas
 - Actividades de animación en alojamiento turístico tipo hotel
 - Clasificación de los juegos

- Punto de vista etnográfico
 - Punto de vista básico
 - Juegos relacionados con el deporte o la actividad físico-deportiva
 - Juegos cooperativos o competitivos
 - Sociología del ocio y la actividad físico-deportiva y recreativa
 - Perfil del animador turístico
 - Estrategias del animador para motivar y animar en la interacción grupal
- Seguridad y prevención en actividades físico-deportivas de animación
 - Legislación básica sobre seguridad y prevención
 - 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**
 - Las veladas y espectáculos en el contexto de un proyecto de animación
 - Objetivos
 - Indicaciones generales
 - Estructura de una velada
 - Tipos de veladas y espectáculos
- **Unidad 5. Actividades en el ámbito turístico**
 - Información previa al viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero
 - El marketing del destino
 - Seguros de viajes
 - Atención e información durante la estancia
 - Atención e información directa
 - Información gratuita e información de pago
 - Coordinación con otros agentes turísticos del destino
 - Visitas guiadas. Tipología
 - Viajes y fuentes de información
 - Otros tipos de visitas
 - Visitas y excursiones
 - Estancias y otros servicios alternativos
 - Centrales de reserva: comercialización del destino y su oferta
 - ¿Qué son?
 - Cambios y repercusiones
 - Puntos de autoinformación
 - Productos y servicios turísticos de destino
 - Información y venta
 - Productos turísticos más comunes
 - Productos turísticos de otro tipo
 - Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico
 - Restauración
 - Transporte y distribuidoras
 - Otras empresas y agentes relacionadas con el sector
 - Planificación y tipología de proyectos
 - La planificación

- Etapa de preproducción
- Etapa de producción
- Etapa de postproducción
- Tipos de eventos y espacios
- Implementación de los espacios
- La oferta cultural actual
- Acciones de programación cultural
- Temporalización de las acciones