

CURSO	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS			
	AREA	TURISMO	COSTE	180
NUMERO DE HORAS	30	MODALIDAD	Presencia <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Distancia <input type="checkbox"/> On line <input type="checkbox"/>	
OBJETIVOS DEL CURSO				
<p>1. Conocer la estructura básica del mercado: la oferta y la demanda.</p> <p>2. Analizar los mercados emisores y los mercados receptores, y cómo afectan a España como destino turístico.</p> <p>3. Conocer las distintas fuentes de información y los datos más importantes del turismo.</p> <p>4. Saber aplicar las técnicas y herramientas de la investigación, los métodos cualitativos y cuantitativos. Distinguir sus ventajas y desventajas.</p> <p>5. Ser capaces de realizar una investigación de mercado, siguiendo una serie de etapas.</p>				
ÍNDICE DE MÓDULOS Y TEMAS				
<p>1. ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO: OFERTA Y DEMANDA La Demanda. La Oferta.</p> <p>2. MERCADOS EMISORES Y MERCADOS RECEPTORES Mercados Emisores (Reales y potenciales; Mercados emisores tradicionales; Nuevos mercados; Mercados emisores a España). Mercados Receptores (Los destinos más visitados ; Mercados competidores).</p> <p>3.- LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING</p> <p>4. FUENTES DE INFORMACIÓN. DATOS DEL TURISMO Fuentes de Información Internas (Internas primarias ; Internas secundarias). Fuentes de Información Externas (Externas primarias; Externas secundarias). Indicadores Turísticos. Datos del Turismo en España (Organización Mundial del Turismo ; Europa; Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).</p> <p>5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Métodos Cuantitativo y Cualitativo (Método cuantitativo ; Método cualitativo; Elección del método: utilidades, ventajas y desventajas). Entrevistas. Observación (Concepto y tipología ; Estrategias de observación).</p> <p>6. EL CUESTIONARIO Definición. Reglas Generales. Tipos de Cuestionarios. Preparación del Cuestionario (Aspectos generales ; Formulación de preguntas; Orden del cuestionario; Extensión y duración).</p> <p>7. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN Etapas de planificación y reflexión. Etapa de puesta en marcha y recogida de la información. Etapa de tratamiento, análisis e interpretación primaria de datos. Etapa de síntesis, conclusión y elaboración de informes.</p>				
DESCRIPCIÓN DE LA METOLOGÍA A UTILIZAR				
La metodología utilizada en las diversas modalidades se orienta a conseguir un sistema				

FORMACIÓN CONTINUA

formativo flexible e interactivo a fin de optimizar todo el proceso de aprendizaje, donde el alumno se autorregula e impone su propio ritmo y, por ello, cobra un papel más activa en todo el proceso de aprendizaje Sus características son: ADQUISICIÓN Y EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS PROGRESIVOS; Al tratarse de una forma de autoaprendizaje asesorado por el tutor y ala vez con intercambio entre otros alumnos CLARIFICACIÓN CONCEPTUAL; Todos los contenidos tratados irán orquestados sobre la base de conceptos claros, ilustrados y relacionales. CONOCIMIENTOS APLICADOS; Todos los conocimientos como los procedimientos irán seguidos de aplicaciones prácticas en el ámbito de actuación del que se trata. METODOLOGÍA INDUCTIVA; El alumno extrae conclusiones y elabora teorías a través de la experiencia, las aportaciones personales y el trabajo en grupo. ESTILO DOCENTE DEMOCRÁTICO Y PARTICIPATIVO; Los rasgos del estilo docente serán los siguientes: Trabajo en equipo. Análisis de situaciones grupales. Toma de decisiones con el grupo. Participación del grupo en el planteamiento de actividades. Evaluaciones comentadas.

PROFESORES/TUTORES			
NOMBRE	TITULACIÓN	TELÉFONO	HORAS
Total de horas			
HORARIO DE TUTORÍA	9 A 15:00 - 16:00 A 19:30		

NOMBRE DEL CENTRO	DIVULGACIÓN DINÁMICA S.L.		
DIRECCIÓN	C/ SIERPES, 54, Edif. 1, 3ºC		
LOCALIDAD	SEVILLA	CP	41004
TELÉFONO	954216553	FAX	954565015
PÁGINA WEB	www.divulgaciondinamica.es	E-MAIL	información@divulgaciondinamica.es
NÚMERO DE ACREDITACIÓN			