

Programa de estudios

MÓDULO 1.- ECONOMÍA TURÍSTICA.

- INTRODUCCIÓN.
- DEFINICIONES.
- EVOLUCIÓN DEL TURISMO MUNDIAL. Ingresos turísticos. Gastos turísticos. Perspectivas turísticas a largo plazo: 2020.
- ANÁLISIS MICROECONÓMICO: EL SISTEMA TURÍSTICO. La demanda. La oferta. Clasificación de las actividades. El producto turístico. Precios turísticos.
- ASPECTOS MACROECONÓMICOS DEL TURISMO.
- IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO. Impactos positivos: beneficios económicos del turismo. Costes económicos del turismo: posibles impactos negativos.
- IMPACTO MACROECONÓMICO DEL TURISMO.
- REPERCUSIONES DEL TURISMO EN LA POLÍTICA MONETARIA.
- OTROS EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO.
- POLÍTICAS TURÍSTICAS.
- LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO.
- ECONOMÍA TURÍSTICA Y GLOBALIZACIÓN.

MÓDULO 2.- LEGISLACIÓN TURÍSTICA.

- INTRODUCCIÓN.
- NORMATIVA TURÍSTICA. Constitución. Organización de la Administración Turística Española. Marco Jurídico Administrativo de las Empresas y Actividades Turísticas. Régimen Jurídico de Empresas y Actividades

Turísticas. Legislación autonómica. Normativa Comunitaria. Normas de la Organización de las Naciones Unidas y de la Organización Mundial del Turismo.

- ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA TURÍSTICA. La Administración del Estado. La Administración Autonómica. La Administración Local. La Administración Institucional y Corporativa.
- DERECHO FISCAL TURÍSTICO. Parte General: Los Tributos. Parte Especial: IRPF, IS, IVA. Derecho sancionador.

MÓDULO 3.- DINÁMICA INTERNACIONAL DEL TURISMO.

- INTRODUCCIÓN.
- FLUJOS DE EMISIÓN Y RECEPCIÓN TURÍSTICA. Nacimiento y desarrollo de las primeras corrientes turísticas. El desarrollo de los transportes y la dinámica turística. Definición y clasificación de los flujos turísticos. Geografía de los flujos turísticos en la actualidad.
- EL ORIGEN DE LOS FLUJOS: LA DEMANDA TURÍSTICA. Características de la demanda. Motivaciones. La evolución de la demanda desde la década de los 90. Mercados clásicos. La demanda emergente. Evolución de los mercados emisores: previsiones de futuro.
- EL OBJETIVO DE LOS FLUJOS: DESTINOS TURÍSTICOS. Definición y clasificaciones de la oferta. Localización geográfica de la oferta. Globalización y diversificación de los destinos. Principales zonas receptoras: grandes áreas turísticas. Evolución de los mercados receptores: previsiones de futuro. Regiones especiales: situación actual y evolución.
- NUEVAS FORMAS DE TURISMO. La búsqueda de la aventura. Turismo de aventura en Sudamérica. El Turismo a las estrellas. La atracción por el paisaje y el medio ambiente natural. El atractivo del arte y la cultura. Turismo temático. Turismo de cruceros. Turismo de congresos. Nuevos productos turísticos. Nuevas prácticas empresariales e innovación tecnológica.

MÓDULO 4.- GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS.

- INTRODUCCIÓN. La transformación de los recursos territoriales en productos turísticos. El turismo sostenible como modelos de desarrollo. Impactos turísticos en el territorio. Técnicas e instrumentos de gestión y planificación turística. Diversificación y singularización de la oferta turística.

- **GESTIÓN DEL TURISMO ECOLÓGICO.** Turismo de naturaleza y ecoturismo. Biodiversidad y protección de ecosistemas. Técnicas de interpretación de los recursos naturales. Márketing del ecoturismo.
- **GESTIÓN DE RECURSOS CULTURALES.** Teoría del patrimonio cultural. Turismo cultural: potencialidades y problemáticas. Conservación y restauración del patrimonio. Didáctica del patrimonio. Márketing del turismo cultural.

MÓDULO 5.- PSICOLOGÍA APLICADA AL TURISMO.

- **PSICOLOGÍA Y TURISMO: ALGUNAS CONSIDERACIONES PRELIMINARES.** Aproximación teórica al ámbito de la psicología aplicada. Métodos de investigación en psicología. Puntos de encuentro entre la psicología y el sector turístico.
- **EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL SECTOR TURÍSTICO: TEORÍAS Y MODELOS EXPLICATIVOS.** Variables explicativas individuales. Variables explicativas sociológicas y psicológicas.
- **EL ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE DECISIÓN.** La importancia del consumidor en el actual enfoque de las empresas turísticas. El comportamiento del consumidor turístico.
- **LAS MOTIVACIONES TURÍSTICAS.** Conceptualización y clasificación. Las tendencias turísticas. Concepto de segmentación y orientación empresarial. La segmentación del mercado y la diversificación de productos. Criterios de segmentación en turismo.
- **LA PSICOLOGÍA EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LAS INSTITUCIONES TURÍSTICAS.**

MÓDULO 6.- FACTORES DE DESARROLLO TURÍSTICO.

- **INTRODUCCIÓN.**
- **ANTES.** Planificación. Ejecución. Seguimiento.
- **DESPUÉS.** Control. Evaluación. Replanificación.
- **FACTORES DE DESARROLLO.** Factores socioeconómicos. Situación económica, social y política. Factores naturales. Medio Ambiente. Los Medios de Transporte. Los medios de comunicación. Grandes obras e infraestructuras. Mobiliario urbano e iluminación pública. El papel de los gobiernos en el desarrollo turístico. El código ético de la OMT. Nuevos factores de desarrollo del turismo.

- DESARROLLO Y TURISMO. Definición. Gobernabilidad y democracia. Sostenibilidad. Seguridad. Accesibilidad. Participación ciudadana. Mercado (Oferta / Demanda).

MÓDULO 7.- TURISMO Y SOSTENIBILIDAD.

- INTRODUCCIÓN.
- ECOLOGÍA.
- LA PERCEPCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. El concepto de Sostenibilidad.
- SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO TURÍSTICO.
- DE LOS PRINCIPIOS DEL TURISMO AL TURISMO SOSTENIBLE. El papel de las nuevas tecnologías.
- EFECTOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA SOBRE EL MEDIO AMBIENTE.
- PRINCIPIOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE. Evaluación del impacto ambiental en el sector Turístico. Procedimiento de evaluación del impacto ambiental (E.I.A.). Los estudios de Impacto ambiental aplicados al turismo.
- PROGRAMA DE ACTUACIÓN GLOBAL APLICADO A LOS PROYECTOS TURÍSTICOS.
- EL TURISMO COMO ACTIVIDAD CONTAMINANTE. Evitar la contaminación: un proceso progresivo.
- IMPACTO AMBIENTAL DE LAS DIFERENTES TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS. Turismo de masas. Turismo itinerante y turismo residencial. Turismo de sol y playa. Deportes de montaña. Turismo activo. Turismo verde o turismo rural. Turismo Natural o Ecoturismo. Deportes de riesgo. Caza y pesca deportivas. Soft Tourism.
- DOCUMENTOS RELEVANTES EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA. Conferencias, declaraciones y documentos internacionales. Informe de la conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente y el desarrollo. Aprobación del V programa de acción de la Comunidad económica Europea. La Carta de Aalborg. Agendas.
- EL MEDIO AMBIENTE Y LAS LEYES ESPAÑOLAS. La legislación Española primordial sobre Medio Ambiente. Puntos a destacar del plan del Ministerio de Medio Ambiente.
- ESTRATEGIAS DE ACCIÓN EMPRESARIAL. La sostenibilidad como herramienta de Marketing turístico. Un caso práctico de sostenibilidad

turística en Hungría: Fomento de la utilización turística y protección del entorno del lago Balaton (hungria).

MÓDULO 8.- GESTIÓN DE CALIDAD APLICADA A LA EMPRESA TURÍSTICA.

- INTRODUCCIÓN.
- PARTICULARIDADES DEL PRODUCTO TURÍSTICO.
- UTILIDAD DE LA GESTIÓN DE CALIDAD.
- CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE CALIDAD.
- OBJETIVOS BÁSICOS DE LA CALIDAD.
- NIVELES DE CALIDAD.
- RELACIÓN ENTRE CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD.
- LA MEJORA CONTINUA.
- SISTEMA DE CALIDAD.
- IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA.
- NORMAS ISO. Estructura del manual de calidad. (Normas ISO). Normas para la calidad.
- APLICACIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD AL TURISMO.
- SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL.
- EL PAPEL DE LA CALIDAD ANTE LOS NUEVOS RETOS DEL TURISMO.
- ¿ISO 9000 Y 14001, UN RETO DEL TURISMO ESPAÑOL?.
- SISTEMAS DE CALIDAD EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA ESPAÑOLA.
- SISTEMAS TÉCNICOS DE CALIDAD: CERTIFICACIONES.

MÓDULO 9.- GESTIÓN DE PERSONAL.

- LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS. Precedentes históricos en la gestión de recursos humanos. De la gestión de personal a la dirección de recursos humanos. Objetivos estratégicos de la gestión de RR.HH..

- SELECCIÓN DE PERSONAL. Contratación, reclutamiento y selección. El reclutamiento de candidatos. El proceso de selección. La entrevista de selección. La selección interna y permanente. Los planes de carrera.
- LA FORMACIÓN DEL PERSONAL DE LA EMPRESA. Conceptos previos. Formación y cambio. El plan de formación. Evaluación y auditoría de la formación.
- LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA. El proceso básico de la comunicación. Tipología de la comunicación. Comunicación y asertividad.

MÓDULO 10.- GESTIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA.

- INTRODUCCIÓN.
- EL PASADO DE LA EMPRESA TURÍSTICA. Pasado de la empresa turística. El presente y futuro de la empresa turística. Financiación, producción y comercialización de la E.T.. Organigrama de una empresa turística.
- AGENCIAS DE VIAJES. Clases de agencias de viajes. Servicios de las agencias de viajes. Organización, contratación y comercialización de los viajes.
- ALOJAMIENTOS TURISTICOS. Establecimientos hoteleros. Establecimientos extrahoteleros. Cadenas Hoteleras.
- EL MARKETING EN LA EMPRESA TURÍSTICA. Introducción al Marketing. El porqué del Marketing Turístico. Planificación e investigación de mercados. Estrategias competitivas. Marketing operacional-Marketing Mix.
- GESTION DE LA EMPRESA TURÍSTICA. Control y organización de la empresa turística. Las diferentes técnicas de control en la empresa. Control de la producción. Control de recursos humanos.

MÓDULO 11.- TIPOLOGÍA Y DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

- INTRODUCCIÓN.
- EL MÁRketing COMO CONCEPTO.
- LA APLICACIÓN DEL MÁRketing EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS: ELEMENTOS DETERMINANTES. Circunstancias relacionadas con el mercado. Circunstancias relacionadas con el consumidor.
- EL PRODUCTO / SERVICIO TURÍSTICO: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS. Particularidades de los servicios turísticos con incidencia en la gestión de márketing.

- TIPOLOGÍAS DE LOS NUEVOS PRODUCTOS/SERVICIOS TURÍSTICOS.
- EL MÁRketing-MIX TURÍSTICO: EL PRODUCTO/SERVICIO TURÍSTICO. Componentes del producto / servicio turístico.
- PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO PARA LOS SERVICIOS TURÍSTICOS. El proceso de creación de servicios turísticos nuevos.
- LA MARCA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.
- FRACASO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.
- UN MARCO GENERAL PARA UN SERVICIO TURÍSTICO MAGNÍFICO: AUDITAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

MÓDULO 12.- TERRITORIO Y OCIO.

- TURISMO Y OCIO: APROXIMACIÓN CONCEPTUAL Y METODOLÓGICA. Las categorías de estudio: tiempo libre, turismo, ocio y recreación. El estudio territorial del ocio, perspectivas disciplinarias y aportaciones. Precedentes, filiaciones y transformaciones de las actividades de ocio. El ocio en las sociedades avanzadas y el consumo de masas. La aprehensión espacial del fenómeno turístico: fuentes e indicadores.
- LOS ESPACIOS TURÍSTICOS Y DE OCIO: CARACTERÍSTICAS ESPACIALES Y SOCIALES DEL FENÓMENO TURÍSTICO. Ocio y turismo internacional, flujos, tendencias y modelos explicativos. Diversidad de espacios turísticos y de ocio: intentos de clasificación según diversas variables. Agentes y estrategias de producción de los espacios turísticos y de ocio.
- TURISMO, OCIO Y MEDIO AMBIENTE. Los efectos del turismo y el ocio sobre el medio ambiente. Los nuevos planteamientos sobre el turismo y el ocio como factores de valoración y preservación: la búsqueda de compatibilidad espacial y funcional.
- LAS CONSECUENCIAS SOCIOECONÓMICAS DEL TURISMO Y DEL OCIO. Turismo, ocio y relaciones de intercambio. Especialización espacial, inversores internacionales y sociedades receptoras.
- DE LA PROMOCIÓN A LA ORDENACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE OCIO. La vertiente operacional y el predominio de los estudios de mercado. Productos turísticos y dinámicas de desarrollo rural.
- IMÁGENES Y REPRESENTACIONES ESPACIALES TURÍSTICAS. La imagen de los espacios de ocio: concepto y características. Los mitos fundadores del espacio turístico y la invención de los lugares de ocio. Realidad, percepción y consumo del ocio.

- HACIA UNA CIVILIZACIÓN DEL OCIO. Las prácticas de ocio en las sociedades contemporáneas. El ocio urbano

MÓDULO 13.- APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN AL TURISMO.

- LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN EN TURISMO.
- LOS MEDIOS INFORMATIVOS TURÍSTICOS. Guías turísticas. Folletos turísticos. Mapas. Revistas especializadas. Reportajes en diarios. Guías de servicios. Catálogos de operadores turísticos. Libros de viajes. Estadísticas. Publicaciones Especializadas. Ferias internacionales y nacionales. Televisión y radio.
- INTERNET: LA INFORMACIÓN EN LA RED DE REDES. Cómo buscar información en Internet. Buscadores, meta-buscadores y buscadores internacionales. Guías internacionales, nacionales, interregionales, regionales, provinciales, comarcales y locales. Otros servicios turísticos en Internet.
- INSTANCIAS GUBERNAMENTALES. Nivel internacional. Organismos internacionales. Nivel Nacional. Organismos Nacionales. Nivel autonómico, provincial y local. Organismos autonómicos, provinciales y locales.

MÓDULO 14.- POLÍTICAS TURÍSTICAS.

- DEFINICIÓN, CONTENIDOS Y ORIENTACIONES DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS.
- LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS INTERNACIONALES: PRINCIPALES ORGANIZACIONES. La Organización Mundial del Turismo: orígenes, estructura y pautas de actuación. Otras organizaciones intergubernamentales y su apoyo a la actividad turística. Organizaciones internacionales no gubernamentales y profesionales relacionadas con el turismo.
- LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS EN EL MARCO DE LA UNIÓN EUROPEA. La incipiente política turística comunitaria: actuaciones específicas a favor del turismo en Europa. Turismo y política europea de desarrollo regional. Otras políticas turísticas europeas y su relación con el turismo.
- LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA.
- LA POLÍTICA TURÍSTICA ESTATAL Y SU COLABORACIÓN CON LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS: DEL FUTURES AL PICTE.
- ELEMENTOS PARA LA ELABORACIÓN DE UNA POLÍTICA TURÍSTICA INTEGRAL.

MÓDULO 15.- PUBLICIDAD APLICADA A LA EMPRESA TURÍSTICA.

- INTRODUCCIÓN. LA PUBLICIDAD APLICADA AL TURISMO. ASPECTOS BÁSICOS. El emisor. La fuente o anunciante. El mensaje. El medio o canal. El destino. El proceso de percepción. Relaciones entre fuente, consumidor, mensaje y producto. La publicidad como medio para potenciar el turismo.
- LOS INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA. Instrumentos fríos. Instrumentos calientes.
- MARKETING TURÍSTICO. El concepto de marketing. Marketing turístico. El turismo como fuerza de demanda y el producto turístico.
- LA PUBLICIDAD TURÍSTICA INSTITUCIONAL. Las instituciones turísticas españolas. Oficinas de Turismo en el Exterior. El Consejo Promotor del Turismo.
- PUBLICIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS. En operadores turísticos. En agencias de viaje.

MÓDULO 16.- ASPECTOS SOCIALES Y CULTURALES DEL ENVEJECIMIENTO.

- INTRODUCCIÓN.
- ENVEJECIMIENTO DEMOGRÁFICO. El envejecimiento de la población en España.
- DISTINTAS FORMAS DE ENVEJECER (ANÁLISIS ANTROPOLÓGICO Y SOCIAL). El envejecimiento en distintas culturas. Etapas vitales y roles sociales. Efecto de envejecimiento: diferentes edades en los seres humanos. Tipos de envejecimiento.
- CARACTERIZACIÓN PSICOLÓGICA Y SOCIOLÓGICA DE LA VEJEZ. Caracterización psicológica. Caracterización sociológica.
- LA RELACIÓN CON LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD. Relaciones con la familia. Otros grupos e instituciones en relación con las personas mayores. Trato hacia ellos.

MÓDULO 17.- ANIMACIÓN PARA GRUPOS DE LA TERCERA EDAD.

- INTRODUCCIÓN.

- ¿QUÉ ES LA ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL?. Características Generales de la Animación Sociocultural. Finalidades de la ASC.
- EL ANIMADOR SOCIOCULTURAL. Funciones del Animador Sociocultural. Tipologías.
- EL DISEÑO DE PROYECTOS DE ASC. Planteamientos Previos. Planteamientos operativos. La evaluación.
- LA VEJEZ EN NUESTRA SOCIEDAD. Áreas de intervención de la ASC. Características generales de las asociaciones recreativas, clubes y/o casales.
- ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA. Actividades de carácter físico. Actividades de carácter lúdico / social. Actividades de carácter cultural. Ayudar a tomar la palabra.
- APÉNDICES. Conclusiones del «I» Congreso Estatal de Personas Mayores.

MÓDULO 18.- NUTRICIÓN Y TERCERA EDAD.

- INTRODUCCIÓN.
- IMPORTANCIA DE LA NUTRICIÓN EN LA EDAD AVANZADA. Los nutrientes y sus funciones.
- CAMBIOS LIGADOS AL ENVEJECIMIENTO QUE INFLUYEN EN LA NUTRICIÓN DE LAS PERSONAS MAYORES. Factores fisiológicos. Factores psico-sociales y económicos.
- RECOMENDACIONES GENERALES EN TORNO A LA ALIMENTACIÓN DE LAS PERSONAS DE EDAD. Requerimientos nutricionales de las personas mayores.
- LOS ALIMENTOS. Grupos de alimentos clasificados según su composición nutritiva.
- ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y EQUILIBRADA. Alimentos más adecuados y raciones recomendadas. Normas generales a tener en cuenta en la alimentación de las personas de edad avanzada.
- GASTRONOMÍA Y DIETA MEDITERRÁNEA.
- TÉCNICAS CULINARIAS.
- PLANIFICACIÓN DE MENÚS SALUDABLES. Variedad y equilibrio nutritivo. Variación en las técnicas culinarias. Textura, aspecto y color. Temperatura y tiempo de consumo. Consejos prácticos para la confección de menús.

- PROBLEMAS DE SALUD RELACIONADOS CON LA ALIMENTACIÓN EN LA TERCERA EDAD. Dietas especiales. Interacciones de los alimentos por la ingesta de fármacos. La actividad física en la vejez.

MÓDULO 19.- OCIO Y TURISMO EN LA TERCERA EDAD.

- ASPECTOS DEMOGRÁFICOS Y SOCIALES. Clases pasivas y clases activas. El cociente de dependencia. La Cuarta Edad. Envejecimiento de la población europea. La esperanza de vida en España. 1999: Año Internacional de las Personas de Edad.
- ASPECTOS ECONÓMICOS. Algunos beneficios económicos en la Tercera Edad. Consumo en la Tercera Edad. Prestaciones sociales a la Tercera edad: el ejemplo de Francia y Suecia.
- TURISMO EN LA TERCERA EDAD. El tiempo de ocio y la actividad turística en los mayores. Turismo en grupos organizados. Turismo individual. Turismo social. El Insero: Programa de turismo social. Los balnearios. La labor del Insero en el termalismo social. Planificación de actividades de ocio para la tercera edad. Oferta turística específica para la Tercera Edad.

MÓDULO 20.- PERSPECTIVA TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL.

- EL PATRIMONIO CULTURAL. Introducción. El patrimonio como construcción social. El conocimiento como patrimonio cultural. El patrimonio como factor dinamizador. Patrimonio y cultura. Patrimonio y territorio. Patrimonio, ocio y turismo. El patrimonio como recurso turístico. Patrimonio e investigación.
- BIENES CULTURALES Y BIENES NATURALES. Patrimonio histórico-artístico y bienes culturales. Formación del concepto. Los bienes culturales.
- LA CONDICIÓN DE LAS OBRAS DE ARTE. La obra de arte como documento (valor histórico). La obra de arte como unidad de imagen (valor artístico).
- OTRAS CATEGORÍAS DE BIENES CULTURALES. Los bienes ambientales: centros históricos y jardines históricos. El Patrimonio arqueológico. La arqueología industrial. El patrimonio etnográfico. El patrimonio documental y bibliográfico. El patrimonio museístico. El patrimonio cultural de los museos. Investigación e interpretación de una herencia de un valor inapreciable.
- MUSEOS Y CONTENIDOS. Museos generales, especializados, monográficos y mixtos. Museología y museografía: un desafío para un nuevo sistema de valores en nuestro tiempo.

MÓDULO 21.- FUNDAMENTACIÓN Y ESTRATEGIA DE LAS POLÍTICAS CULTURALES EN EUROPA.

- EUROPA Y LA CULTURA EUROPEA. Integración cultural europea.
- LAS POLÍTICAS CULTURALES EN EUROPA. Bases de las políticas culturales en Europa. Las políticas culturales nacionales en Europa. Antecedentes y evolución de las políticas culturales supranacionales.
- ACCIÓN DE LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES EN MATERIA DE POLÍTICA CULTURAL. La UNESCO. El Consejo de Europa. La Comunidad Europea. Otras organizaciones.
- LA POLÍTICA CULTURAL DE LA COMUNIDAD EUROPEA. El papel de la Comunidad Europea en la política cultural. La actuación de las instituciones. Cultura en el Tratado de Maastricht. Las políticas culturales de las colectividades territoriales. Consideración de los aspectos culturales en la acción de la Comunidad Europea. Detalle de algunos temas que afectan al sector cultural en el Mercado Único. La cultura en las políticas internas de la comunidad. Los programas de iniciativa comunitaria con finalidad regional y la cultura. El artículo 10 del Reglamento FEDER. Cultura, política social y de recursos humanos. Cultura y otras políticas internas: turismo y cultura. La política audiovisual. La cultura en las relaciones exteriores de la comunidad. Objetivos y medios de una política cultural comunitaria.

MÓDULO 22.- METODOLOGÍA EN LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES.

- LA GESTIÓN DE LOS PRODUCTOS CULTURALES. El patrimonio histórico cultural y la economía. Evolución en los planteamientos de la gestión del patrimonio. Reflexiones generales sobre economía y patrimonio histórico cultural. La ejecución de las políticas en el campo de la cultura. La gestión en el ámbito del patrimonio histórico cultural. Los desafíos de la Administración. Perspectivas del problema desde el punto de vista del turismo. Las técnicas de gestión empresarial. La nueva concepción en la cultura organizativa: el management público.
- LA PLANIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS CULTURALES. Modelos teóricos de planificación. La planificación aplicable a la gestión del patrimonio. Modalidades y beneficios de la planificación estratégica.
- LA GESTIÓN DE PROYECTOS SOBRE EL PATRIMONIO COMO HERRAMIENTA DE LA ESTRATEGIA. El proyecto cultural, un método adecuado para realizar los planes elaborados para la gestión del patrimonio. Los objetivos del proyecto cultural. Fases de un proyecto cultural. El director del proyecto. Los componentes del proyecto cultural. La planificación del

proyecto cultural. El inicio. El seguimiento. El desarrollo del plan. La división del trabajo. Los hitos. Los «entregables» del proyecto. Los resultados como objetivo final. Herramientas de apoyo. El presupuesto.

- LA EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DEL PATRIMONIO. Requisitos para la evaluación en la gestión del patrimonio. Modelos de evaluación.

MÓDULO 23.- TÉCNICAS DE ELABORACIÓN DE ITINERARIOS TURÍSTICO-CULTURALES.

- INTRODUCCIÓN.
- TURISMO Y CULTURA.
- ITINERARIOS TURÍSTICO-CULTURALES. Itinerarios culturales-históricos. Itinerarios culturales-artísticos. Itinerarios culturales de arquitectura popular. Itinerarios culturales-etnográficos. Itinerarios culturales-literarios. Itinerarios culturales-folclóricos. Itinerarios culturales-gastronómicos. Itinerarios culturales-científicos e industriales. Ocio organizado de tipo cultural.
- LAS RUTAS CULTURALES DEL CONSEJO DE EUROPA. Las vías de peregrinación: el camino de Santiago y la vía Francígena. La ruta de los hábitats rurales. Rutas del barroco. Rutas de los vikingos. Rutas de las ciudades de la Hansa. Rutas de los fenicios. Rutas de los gitanos. El legado de Al-Andalus.
- FASES EN LA ELABORACIÓN DE UN ITINERARIO TURÍSTICO-CULTURA OFERTA. Definición del producto o paquete turístico. Estudio exhaustivo del mercado. Confección del producto y planificación del itinerario. Cotización del producto. Elaboración del folleto. Promoción y distribución. Formalización del viaje. Realización del viaje. Liquidación del viaje. Control de calidad.
- FASES EN LA ELABORACIÓN DE UN ITINERARIO TURÍSTICO-CULTURAL A LA DEMANDA.
- EL PAPEL DEL GUÍA TURÍSTICO EN LOS ITINERARIOS CULTURALES.