

MÁSTER EN

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN TURISMO SOSTENIBLE E INNOVADOR

ONLINE



Índice

<u>¿Quiénes somos?</u>	4
<u>Objetivos del programa</u>	6
<u>Datos Clave</u>	7
<u>Ventajas principales del programa</u>	8
<u>Programa de Contenidos</u>	10
<u>Campus Virtual</u>	26

Más de 25 años formando a los mejores líderes del mañana

Máster en Dirección Estratégica en Turismo Sostenible e Innovador

Una amplia propuesta académica, contextualizada en un entorno de aprendizaje eminentemente práctico, multidisciplinar y fuerte orientación hacia el negocio, favoreciendo la certificación del alumno en las principales soluciones operativas, tecnológicas y directivas e impulsando su empleabilidad en el sector empresarial.



¿Quiénes somos?

EUDE Business School, una institución de formación de posgrado internacional, reconocida por los principales rankings y medios internacionales; con 25 años de trayectoria académica formando a más de 100 mil alumnos, profesionales con experiencia laboral, emprendedores, y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

Las áreas académicas; MBA, Marketing, Marketing Digital, Comercio Internacional, Logística, Recursos Humanos, Coaching, Finanzas, Medio Ambiente y sus distintas modalidades de enseñanza; máster presencial en Madrid, máster online, o la combinación de ambas, nos permite ofrecer alternativas adaptadas a las necesidades de los alumnos y sobre todo del mercado.

Pilares de EUDE

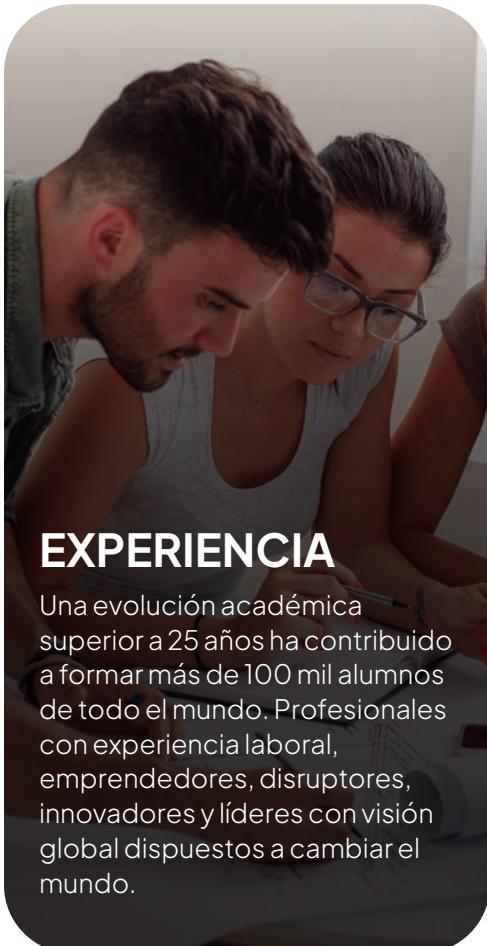
Amplia oferta académica especializada en el ámbito empresarial y tecnológico con orientación al negocio y énfasis en el emprendimiento.



Conexión profesional, a través de una bolsa de empleo propia, talleres en grandes empresas y seminarios con profesionales.



¿Qué es el Compromiso EUDE?



EXPERIENCIA

Una evolución académica superior a 25 años ha contribuido a formar más de 100 mil alumnos de todo el mundo. Profesionales con experiencia laboral, emprendedores, disruptores, innovadores y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.



CONFIANZA

EUDE Business School está reconocida como una de las más destacadas escuelas a nivel internacional por medios tan prestigiosos como Financial Times y los principales rankings internacionales. Estos avalan y posicionan a EUDE en los primeros puestos en formación de posgrado.



LIDERAZGO

Reconocida, por 5º año consecutivo, por el Ranking FSO como una de las 10 mejores Business School. Más de 5.000 alumnos al año procedentes de más de 30 países nos confían su carrera profesional.



EMPLEABILIDAD

Nuestro equipo de Orientación Profesional te ayudará a impulsar tu carrera profesional. Contamos con más de 1.200 convenios con empresas nacionales e internacionales en las que podrás desarrollarte día a día.

Objetivos del programa

Formar profesionales capaces de dirigir, planificar y transformar estratégicamente empresas, destinos y políticas turísticas desde una perspectiva sostenible, innovadora y basada en la toma de decisiones informada, integrando la visión empresarial, territorial y pública. El máster tiene como objetivo dotar al alumno de las competencias directivas, analíticas y de liderazgo necesarias para diseñar y ejecutar estrategias turísticas que generen valor económico, social y ambiental, incorporando la innovación, la digitalización y el uso estratégico de los datos como palancas clave para el desarrollo competitivo y resiliente del sector turístico.



Datos Clave

Duración:
9 meses

Clases Teórico -
Prácticas

Contenido online –
Campus Virtual

Especialidades:
Elige complementar tu
Máster con más de 25
especialidades

Posibilidad de
asistencia al Acto
de Graduación en
Madrid (España)

13 idiomas: (Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español, Japonés, Coreano, Ruso, Árabe, Polaco, Portugués y Holandés)

Biblioteca Virtual
con acceso a
2.000 títulos

Acceso al PDDI
(15 días en Madrid)

Habilidades
Directivas / Blandas
(Soft Skills)

Ventajas principales del programa

Este máster te preparará para afrontar los retos presentes y futuros del sector turístico, proporcionándote una formación integral en dirección estratégica, gobernanza, planificación de destinos, gestión de proyectos, marketing turístico y liderazgo. Desarrollarás competencias avanzadas para diseñar y gestionar proyectos turísticos sostenibles e innovadores, tomar decisiones estratégicas, optimizar recursos, gestionar riesgos y generar valor en empresas, destinos y organizaciones del ámbito turístico.

Dominarás herramientas de reporting, analítica de datos e inteligencia artificial aplicada a la sostenibilidad y al impacto ESG, capacitándote para tomar decisiones informadas, cumplir con los nuevos marcos normativos y comunicar de forma rigurosa y responsable en entornos turísticos complejos. Invierte en tu futuro con el **Máster en Dirección Estratégica en Turismo Sostenible e Innovador** y da un paso decisivo hacia una carrera con mayor impacto, especialización y proyección profesional.

01

Formación integral y actualizada

Aprenderás a desarrollar una visión integral de la gestión empresarial. El programa abarca desde el diseño de planes y la toma de decisiones estratégicas, hasta el análisis de datos, el reporting y la innovación en contextos profesionales.

02

Modula tu formación en función de tus necesidades. Accede en todo momento y desde cualquier lugar

Entendemos que tu tiempo es valioso, por eso ofrecemos una modalidad online flexible que te permite avanzar a tu ritmo sin perder una formación de calidad.

03

Acompañamiento profesional

Contarás con un acompañamiento académico cercano y práctico, pensado para guiarte en cada etapa del aprendizaje mediante recursos aplicados, soporte continuo y una orientación personalizada que impulse tu progreso de forma constante y efectiva.

04

Grandes salidas profesionales

Con este máster fortalecerás tu perfil en un mercado laboral cada vez más competitivo. Te preparará para asumir nuevos retos profesionales y acceder a posiciones de mayor responsabilidad, dotándote de una visión integral, habilidades prácticas y una base sólida para tu desarrollo profesional.

05

Enfoque práctico y multidisciplinar

Combina contenidos de estrategia, gestión, finanzas, gobernanza e innovación, permitiéndote aplicar los conocimientos de forma práctica y orientada a resultados. Su enfoque integrador te prepara para intervenir con eficacia en organizaciones desde una perspectiva estratégica y global.

06

Red de profesionales

Al inscribirte, te integrarás en una comunidad activa de estudiantes y profesionales de distintos ámbitos empresariales y de gestión. Este entorno de networking ampliará tu red de contactos y abrirá nuevas oportunidades laborales y colaborativas en el ámbito profesional.

Programa DE CONTENIDOS

01	<h2>Dirección Estratégica y Liderazgo Turístico</h2>	<ul style="list-style-type: none"> ● Dirección Estratégica en Empresas y Destinos Turísticos. ● Liderazgo y Gestión de Equipos en el Sector Turístico. ● Procesos de Dirección y Gestión de la Empresa. ● Políticas Turísticas y Gobernanza Territorial.
02	<h2>Mercado, Demanda y Posicionamiento Turístico</h2>	<ul style="list-style-type: none"> ● Inteligencia de Mercados Turísticos y Tendencias Globales. ● Marketing Turístico Estratégico y Branding de Destinos. ● Dirección y Comunicación Empresarial.
03	<h2>Sostenibilidad, Territorio e Impacto</h2>	<ul style="list-style-type: none"> ● Turismo Sostenible y Agenda 2030 (ODS). ● Desarrollo Turístico Local y Comunitario. ● Evaluación del Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo.
04	<h2>Innovación, Tecnología y Datos</h2>	<ul style="list-style-type: none"> ● Innovación en Productos y Experiencias Turísticas. ● Transformación Digital en el Sector Turístico. ● Gobernanza del Dato, Big Data e Inteligencia Artificial aplicada al Turismo.
05	<h2>Modelos de Negocio y Ejecución Estratégica</h2>	<ul style="list-style-type: none"> ● Nuevos Modelos de Negocio Turístico. ● Gestión de Proyectos Turísticos y Captación de Inversión. ● Dirección de Proyectos Turísticos.
06	<h2>Visión Internacional y Gestión del Cambio</h2>	<ul style="list-style-type: none"> ● Cooperación Internacional, Alianzas y Financiación de Proyectos Turísticos. ● Gestión del Cambio, Resiliencia y Crisis en Destinos Turísticos.

01. Dirección Estratégica y Liderazgo Turístico

Dirección Estratégica en Empresas y Destinos Turísticos

OBJETIVO

Capacitar al alumno para diseñar y dirigir estrategias turísticas sólidas y sostenibles, integrando la lógica empresarial y territorial desde una perspectiva público-privada.

PUNTOS CLAVE

- **Planificación estratégica aplicada al turismo.** Definición de la visión, los objetivos y las líneas estratégicas de empresas y destinos turísticos, aplicando metodologías de análisis, formulación e implementación adaptadas a contextos turísticos complejos.
- **Modelos de competitividad de destinos.** Análisis de los principales modelos de competitividad territorial, identificando factores clave como recursos, gobernanza, innovación, sostenibilidad y posicionamiento para el diagnóstico y la mejora de destinos turísticos.
- **Visión público-privada.** Estudio de los mecanismos de colaboración entre administraciones públicas, empresas y otros actores del territorio, orientados a la coordinación estratégica y al desarrollo turístico sostenible.

01. Dirección Estratégica y Liderazgo Turístico

Liderazgo y Gestión de Equipos en el Sector Turístico

OBJETIVO

Desarrollar habilidades de liderazgo y gestión de personas que permitan dirigir equipos turísticos de forma eficaz en contextos complejos y cambiantes.

PUNTOS CLAVE

- **Liderazgo en entornos multiculturales.** Desarrollo de competencias de liderazgo adaptadas a equipos diversos y contextos internacionales propios del sector turístico, fomentando la comunicación eficaz y la gestión de la diversidad.
- **Gestión del talento en turismo.** Análisis de estrategias para la atracción, desarrollo y retención del talento en organizaciones turísticas, alineando las políticas de personas con los objetivos estratégicos del sector.
- **Toma de decisiones en contextos complejos.** Aplicación de herramientas y enfoques para la toma de decisiones en entornos caracterizados por la incertidumbre, la presión institucional y la multiplicidad de actores propios del turismo.

01. Dirección Estratégica y Liderazgo Turístico

Procesos de Dirección y Gestión de la Empresa

OBJETIVO

Analizar los procesos de dirección y gestión empresarial, el liderazgo y la gestión del cambio organizacional, aplicándolos al contexto de las organizaciones turísticas, con el fin de comprender su impacto en la competitividad, la adaptación al entorno y la sostenibilidad de empresas y destinos turísticos.

PUNTOS CLAVE

- **La dirección de empresas.** Análisis de la función directiva y de su papel en la gestión y coordinación de las organizaciones.
- **Liderar la empresa.** El liderazgo como elemento clave de la dirección empresarial y de su influencia en el funcionamiento de la organización.
- **El cambio en las empresas y su gestión.** Análisis de la relación entre cultura organizativa y procesos de cambio, y de su influencia en la adaptación de las organizaciones.
- **Dirección y gestión en organizaciones turísticas.** Aplicación de los procesos de dirección y gestión a empresas y entidades turísticas, considerando las particularidades del sector y su impacto en la competitividad y la gestión del cambio.

01. Dirección Estratégica y Liderazgo Turístico

Políticas Turísticas y Gobernanza Territorial

OBJETIVO

Comprender el funcionamiento de las políticas y la gobernanza turística para intervenir de forma eficaz en la planificación y gestión de destinos.

PUNTOS CLAVE

- **Políticas públicas de turismo.** Análisis del diseño, implementación y evaluación de políticas turísticas en distintos niveles administrativos.
- **Gobernanza territorial.** Estudio de los modelos de gobernanza aplicados al turismo, atendiendo a la coordinación institucional, la participación de los actores locales y la toma de decisiones multinivel.
- **Marco normativo y planificación turística.** Revisión de los principales marcos normativos y herramientas de planificación que condicionan el desarrollo turístico de destinos y territorios.



02. Mercado, Demanda y Posicionamiento Turístico

Inteligencia de Mercados Turísticos y Tendencias Globales

OBJETIVO

Dotar al alumno de capacidad analítica para interpretar la demanda turística y anticipar tendencias relevantes para la planificación estratégica.

PUNTOS CLAVE

- **Análisis de la demanda turística.** Estudio de la evolución de la demanda, los perfiles de viajeros y los factores que influyen en el comportamiento turístico.
- **Tendencias globales del turismo.** Identificación de las principales tendencias económicas, sociales, tecnológicas y culturales que están transformando el sector turístico a nivel global.
- **Herramientas de inteligencia de mercados.** Introducción a técnicas y fuentes de información para el análisis de mercados turísticos y la toma de decisiones estratégicas.

02. Mercado, Demanda y Posicionamiento Turístico

Marketing Turístico Estratégico y Branding de Destinos

OBJETIVO

Capacitar al alumno para diseñar estrategias de marketing y posicionamiento que refuerzen la competitividad de destinos y organizaciones turísticas.

PUNTOS CLAVE

- **Marketing estratégico aplicado al turismo.** Análisis del marketing como herramienta clave para la creación de valor y la orientación al mercado en empresas y destinos turísticos.
- **Branding y posicionamiento de destinos.** Estudio de la construcción y gestión de marcas turísticas, tanto a nivel de destino como de productos y experiencias.
- **Comunicación y promoción turística.** Revisión de las principales estrategias y canales de comunicación para la promoción turística en entornos competitivos.



02. Mercado, Demanda y Posicionamiento Turístico

Dirección y Comunicación Empresarial

OBJETIVO

Analizar, diseñar y evaluar estrategias y planes de comunicación alineados con los objetivos de la organización, aplicando los principios de la comunicación empresarial al contexto de empresas y destinos turísticos, con especial atención al posicionamiento, la coordinación institucional, la gestión de stakeholders y la comunicación en situaciones de crisis.

PUNTOS CLAVE

- **La comunicación en la empresa.** Análisis de la comunicación como elemento clave en la gestión empresarial, abordando el proceso comunicativo, los distintos ámbitos de comunicación y los actores que intervienen en él dentro de la organización.
- **La dirección de la comunicación en la empresa.** Análisis del papel estratégico de la comunicación dentro de la organización y de su alineación con los objetivos empresariales.
- **Estrategia de comunicación y plan de comunicación.** Diseño de estrategias de comunicación y elaboración de planes de comunicación alineados con la estrategia global de la organización.
- **Evaluación de plan de comunicación.** Estudio de métodos y herramientas para evaluar la eficacia y el impacto de los planes de comunicación.
- **Plan de comunicación en organizaciones y destinos turísticos.** Diseño y gestión de planes de comunicación adaptados a empresas y destinos turísticos, orientados al posicionamiento, la coordinación institucional, la relación con stakeholders y la gestión de situaciones de crisis.



03. Sostenibilidad, Territorio e Impacto

Turismo Sostenible y Agenda 2030 (ODS)

OBJETIVO

Comprender el papel del turismo como motor de desarrollo sostenible y su alineación con la Agenda 2030.

PUNTOS CLAVE

- **Principios del turismo sostenible.** Análisis de los fundamentos económicos, sociales y ambientales del turismo sostenible.
- **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible.** Estudio del encaje del turismo dentro de los ODS y su contribución al desarrollo sostenible.
- **Estrategias de sostenibilidad turística.** Revisión de políticas y prácticas orientadas a la sostenibilidad de destinos y organizaciones turísticas.

03. Sostenibilidad, Territorio e Impacto

Desarrollo Turístico Local y Comunitario

OBJETIVO

Capacitar al alumno para diseñar y gestionar iniciativas turísticas que impulsen el desarrollo local y la inclusión social.

PUNTOS CLAVE

- **Turismo y desarrollo territorial.** Análisis de la relación entre turismo, territorio y desarrollo económico local.
- **Participación comunitaria.** Estudio de modelos de turismo comunitario y de la implicación de la población local en el desarrollo turístico.
- **Impacto social del turismo.** Evaluación de los efectos del turismo en las comunidades locales y en la cohesión social.



03. Sostenibilidad, Territorio e Impacto

Evaluación del Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo

OBJETIVO

Dotar al alumno de herramientas para medir y evaluar el impacto del turismo como base para la toma de decisiones estratégicas.

PUNTOS CLAVE

- **Indicadores de impacto turístico.** Análisis de los principales indicadores para medir el impacto del turismo en sus distintas dimensiones.
- **Metodologías de evaluación.** Estudio de herramientas y metodologías para la evaluación del impacto económico, social y ambiental.
- **Toma de decisiones basada en evidencia.** Aplicación de los resultados de la evaluación para la mejora de políticas y estrategias turísticas.



04. Innovación, Tecnología y Datos

Innovación en Productos y Experiencias Turísticas

OBJETIVO

Fomentar la capacidad de innovar en el diseño de productos y experiencias turísticas competitivas.

PUNTOS CLAVE

- **Diseño de productos y experiencias.** Análisis de metodologías para la creación de productos y experiencias turísticas innovadoras.
- **Innovación centrada en el cliente.** Estudio de la experiencia del turista como eje de la innovación.
- **Creatividad y diferenciación.** Aplicación de enfoques creativos para generar valor y diferenciación en el mercado turístico.

04. Innovación, Tecnología y Datos

Transformación Digital en el Sector Turístico

OBJETIVO

Comprender y gestionar los procesos de transformación digital en el sector turístico.

PUNTOS CLAVE

- **Digitalización de empresas y destinos.** Análisis del impacto de la digitalización en la gestión turística.
- **Tecnologías aplicadas al turismo.** Revisión de herramientas digitales utilizadas en marketing, gestión y operación turística.
- **Cambio organizativo y digital.** Estudio de los retos asociados a la transformación digital en organizaciones turísticas.



04. Innovación, Tecnología y Datos

Gobernanza del Dato, Big Data e Inteligencia Artificial aplicada al Turismo

OBJETIVO

Capacitar al alumno para utilizar datos e inteligencia artificial como herramientas clave en la dirección estratégica del turismo.

PUNTOS CLAVE

- **Datos turísticos y toma de decisiones.** Análisis del uso estratégico de datos para la planificación y gestión turística.
- **Big Data e inteligencia artificial.** Aplicación de soluciones de analítica avanzada e IA al análisis de demanda, flujos y gestión de destinos.
- **Ética y sostenibilidad del dato.** Estudio de los retos éticos, legales y de sostenibilidad asociados al uso de datos turísticos.



05. Modelos de Negocio y Ejecución Estratégica

Nuevos Modelos de Negocio Turístico

OBJETIVO

Desarrollar una visión estratégica sobre los modelos de negocio turísticos y su evolución.

PUNTOS CLAVE

- **Modelos de negocio en turismo.** Análisis de modelos tradicionales y emergentes en el sector turístico.
- **Emprendimiento turístico.** Estudio de iniciativas emprendedoras y de innovación empresarial en turismo.
- **Sostenibilidad y rentabilidad.** Evaluación del equilibrio entre viabilidad económica y sostenibilidad.

05. Modelos de Negocio y Ejecución Estratégica

Gestión de Proyectos Turísticos y Captación de Inversión

OBJETIVO

Capacitar al alumno para diseñar y gestionar proyectos turísticos viables y alineados con la estrategia.

PUNTOS CLAVE

- **Diseño de proyectos turísticos.** Análisis de las fases de diseño y planificación de proyectos turísticos.
- **Captación de inversión y financiación.** Estudio de fuentes de financiación y mecanismos de captación de inversión para proyectos turísticos.
- **Coordinación público-privada en proyectos.** Gestión de proyectos en contextos de colaboración entre múltiples actores.



05. Modelos de Negocio y Ejecución Estratégica **Dirección de Proyectos Turísticos**

OBJETIVO

Conocer y aplicar el ciclo de vida completo de los proyectos turísticos desde su concepción hasta su finalización.

PUNTOS CLAVE

- **Relación entre estrategia de empresa y gestión de proyectos.** El papel de la gestión de proyectos como instrumento para la implementación de la estrategia empresarial y su contribución a la consecución de objetivos organizacionales.
- **Gestión de proyectos, gestión de operaciones y estrategia organizacional.** Integración de la gestión de proyectos con la gestión de operaciones y la estrategia organizacional.
- **Diseño y ejecución de proyectos turísticos.** Aplicación práctica de la dirección de proyectos al diseño, planificación y puesta en marcha de proyectos turísticos concretos, como planes de destino, productos turísticos, eventos o iniciativas de regeneración territorial.



06. Visión Internacional y Gestión del Cambio

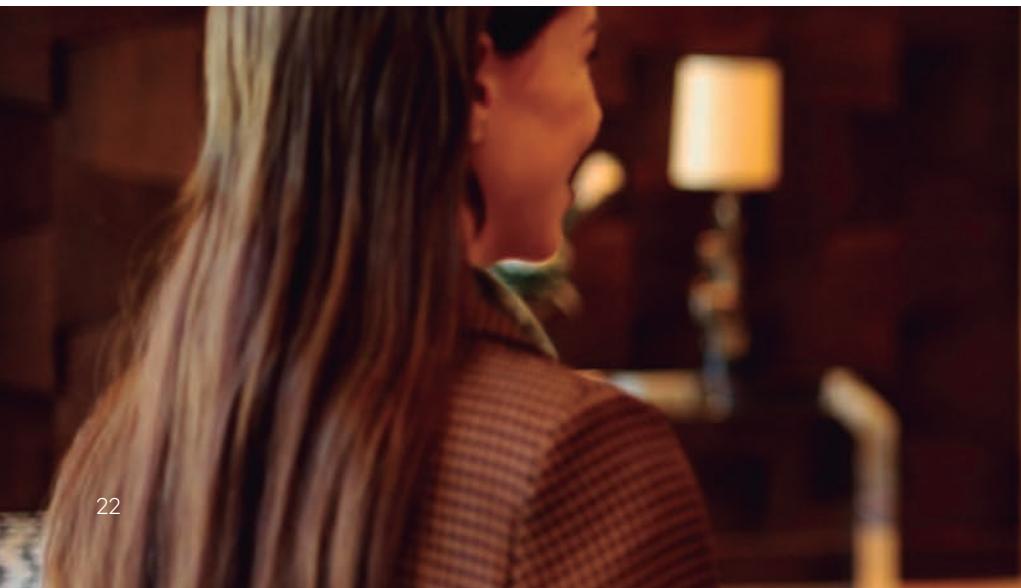
Cooperación Internacional, Alianzas y Financiación de Proyectos Turísticos

OBJETIVO

Preparar al alumno para participar en proyectos turísticos de ámbito internacional y multilateral.

PUNTOS CLAVE

- **Cooperación internacional en turismo.** Análisis de programas y organismos internacionales vinculados al desarrollo turístico.
- **Alianzas estratégicas.** Estudio de modelos de colaboración entre entidades públicas, privadas y multilaterales.
- **Financiación internacional.** Revisión de mecanismos de financiación y cooperación para proyectos turísticos.



06. Visión Internacional y Gestión del Cambio

Gestión del Cambio, Resiliencia y Crisis en Destinos Turísticos

OBJETIVO

Capacitar al alumno para liderar procesos de cambio y gestionar crisis en destinos turísticos desde una perspectiva estratégica y sostenible.

PUNTOS CLAVE

- **Gestión del cambio en destinos turísticos.** Análisis de los procesos de adaptación y transformación de destinos.
- **Resiliencia turística.** Estudio de estrategias para afrontar crisis sanitarias, climáticas o sociales.
- **Planificación ante escenarios de crisis.** Diseño de respuestas estratégicas ante situaciones de incertidumbre y riesgo.





Rankings

EUDE (Escuela Europea de Dirección y Empresa) está reconocida como una de las más destacadas escuelas de negocios a nivel internacional por los principales rankings internacionales. Además cuenta con el aval y el respaldo de reconocidas empresas multinacionales e instituciones gubernamentales.



Excelencia
en formación online



Referente internacional
en formación de posgrado



Mejores centros para
estudiar un MBA



MBA online entre
los mejores del mundo

Calidad académica certificada



Empresas colaboradoras



CAMPUS VIRTUAL

EUDE Business School ha mantenido desde sus inicios una apuesta hacia una metodología online de calidad. Por esta razón, y gracias al innovador método académico de su campus virtual, el cual **ha sido reconocido como uno de los mejores y más importantes en el ámbito europeo**, la escuela permanece a la cabeza en la formación online del mundo.

La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espaciotemporales habituales de la metodología online. De esta manera, el alumno se beneficia de una metodología totalmente flexible.

El Campus online de EUDE cuenta con la **mejor tecnología** plataforma educativa. Podrás disfrutar de **Masterclass**, sesiones y tutorías online con los profesores. Asistencia a **Conferencias y Seminarios online**.





EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL
ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

CAMPUS MADRID

C/Arturo Soria, 245 - Edificio EUDE.
28033. Madrid, España.
(+34) 915931545

DELEGACIÓN COLOMBIA

C/98 # 9A - 41 Oficina 204. Bogotá DC,
(+57) 6017042754

DELEGACIÓN ECUADOR

C/Catalina Aldaz y Portugal, Edificio La
Recoleta,
Oficina 71.7mo piso Quito
(+59) 32475550

www.eude.es