



MÁSTER

MÁSTER EXPERTO EN PERIODISMO TURÍSTICO

DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO

IEM023



DESTINATARIOS

El máster en periodismo turístico está dirigido a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores e interesados en el sector del periodismo y la comunicación. Permite conocer y aprender a utilizar las técnicas elementales de la profesión periodística con especial énfasis en los aspectos prácticos y aporte de las nuevas tecnologías y nuevos procedimientos para la generación de noticias, publicación, alcance, el curso abarca desde un recorrido por la historia y la actualidad del periodismo y los distintos soportes, además de conocer la organización del servicio de información turística local, la gestión de la información y documentación turística información y atención al visitante.

MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **MIXTO:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios y enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

DURACIÓN

La duración del curso es de 600 horas.

IMPORTE

IMPORTE ORIGINAL: ~~1780€~~

IMPORTE ACTUAL: 890€

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EXPERTO EN PERIODISMO TURÍSTICO", de INSTITUTO EUROPEO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN, avalada por nuestra condición de socios de la AEC máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

PARTE 1. PERIODISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESENTACIÓN E INTRODUCCIÓN

1. Definiciones de periodismo en el origen y en la actualidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

1. Historia del periodismo.
2. Organización y estructura de las empresas. Características de las redacciones a lo largo del tiempo.
3. Evolución del impreso al online.
4. Un repaso cronológico de la aparición de las empresas comerciales hasta la irrupción de internet.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN

1. El concepto de la información
 - Conceptos sobre el origen, generación y transmisión de la información del emisor al receptor.
 - Los distintos temas y secciones, con las particularidades genéricas.
2. Ética de la comunicación
 - Deontología de la comunicación.
3. Derecho de la información
 - Normativas y reglamentaciones aplicables.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDACCIÓN PERIODÍSTICA

1. Redacción
 - Estilos y peculiaridades generales sobre la redacción para contenidos periodísticos.
2. La noticia
 - Cómo se genera una noticia, tratamiento de la misma y procedimientos para la publicación. Generadores, fuentes y el chequeo de la información. Desafíos y riesgos.
3. Entrevista
 - La pre producción de una entrevista; la realización y edición.
 - Adaptación al medio y la plataforma de distribución.
4. Investigación y crónica
 - Qué es una investigación y una crónica; características y objetivos; estructura y metodología básica.
5. Fotoperiodismo
 - Particularidades y fundamentos de esta variante periodística.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1. Marketing
 - Estrategias de marketing empresarial.
2. Formatos
 - La redacción según los distintos tipos de formatos (noticia, nota, informes, opinión, etc.).
 - Estructuras de diarios y revistas.
3. Periodismo radial
 - Modos y peculiaridades del periodismo en la radio.
4. Periodismo en TV

- Estilos y formatos del periodismo en espacios televisivos y canales de noticias.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Periodismo online
 - Conocimiento y Funcionamiento de herramientas TIC basadas en las nuevas tecnologías aplicadas a la tarea periodística
 - Redacción según la plataforma.
 - Viralización.
2. SEO / SEM
 - Posicionamiento organico.
 - Posicionamiento con marketing en motores de búsqueda.
3. Gestion Comunidades virtuales.
 - Labor del community manager
4. Retoque fotográfico.
 - Software profesional para el retoque y fotomontaje.
5. Edicion web.
 - Creación y gestión de blogs.

PARTE 2. TURISMO

MÓDULO 1. INFORMACIÓN TURÍSTICA

UNIDAD FORMATIVA 1. ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Objetivos generales del servicio de información turística.
2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino
3. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea.
4. Tipos de Servicios o Centros de Información Turística.
5. Comunicaciones internas de un Centro de Información Turística.
6. Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística.
7. Promoción de los servicios propios de un Centro de Información Turística.
8. Técnicas de difusión y marketing electrónico.
9. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico.
10. Redes de centros y servicios de información turística.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECURSOS MATERIALES EN SERVICIOS Y CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Tipos de instalaciones:
2. Organización del espacio (en función del tipo de instalación): Zonas de prestación del servicio, de Consulta, de Auto información, de Trabajo Interno, de Exposición, de Almacén).
3. Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología y las nuevas técnicas de comunicación.
4. Equipamiento de las instalaciones.
5. Informatización de centros y servicios de información turística.
6. Centrales y sistemas automatizados de reservas.
7. Ubicación y accesos a los locales.

8. Señalización interna y externa.
9. Uniforme y equipamiento de los trabajadores.
10. Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECURSOS HUMANOS EN CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Perfiles y funciones del personal de un Servicio de Información Turística:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

1. Tipos de documentos necesarios en un Centro o Servicio de Información Turística.
2. Gestión de sugerencias, reclamaciones y quejas.
3. Control estadístico.
4. Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria.

UNIDAD FORMATIVA 2. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Tipos de información a obtener y procesar.
2. Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística.
3. Técnicas de registro, archivo y actualización de información turística.
4. Sistemas y medios para la localización y obtención de la información turística.
5. Metodologías para el análisis, contraste y archivo de la información.
6. Soportes de la información: papel, electrónico.
7. Sistemas de archivo: bancos y bases de datos.
8. Metodología para la actualización permanente: procedimientos y costes.
9. El centro de información turística como fuente de información del destino.
10. Intercambio de información entre centros y redes de información: retroalimentación.
11. Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino.
12. Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DEL ENTORNO LOCAL.

1. Análisis de los recursos y servicios del destino turístico.
2. Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio.
3. Medios interpretativos personales y no personales
4. Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución de la información:
5. Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios.
6. Integración e interrelación de información.

UNIDAD FORMATIVA 3. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA.

1. Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
2. Técnicas de protocolo e imagen personal.
3. El informador como asesor de tiempo libre.
4. Tipologías de clientes:
5. Medios de respuesta:

6. Legislación en materia de protección al usuario.