



Formación Continua



DIPLOMADO >>

TURISMO Y HOSPITALIDAD

Programa Internacional



Modalidad Virtual

El cliente de servicios turísticos en general es una persona bien informada y conocedora de diversos productos o servicios que hoy día demanda que su contacto con los distintos negocios de la industria, le brinden ante todo una experiencia relevante, así como recibir un trato personalizado en todo momento.

Para tal efecto buscado esperan que los profesionales de la industria se manejen con estándares de clase mundial, con un servicio local y además a precios razonables.

Es por ello que debemos contar con planes de negocio y estrategias de ventas que estén basadas o sustentadas en la premisa anterior porque conforme avanza el nuevo milenio el cliente quiere realmente sentirse tratado como una persona especial para los negocios turísticos.

Por dicha razón es vital mantenerse actualizados en lo que otras regiones del mundo están haciendo o han logrado en materia de atención turística.



OBJETIVO GENERAL

Brindar herramientas y habilidades para proporcionar un alojamiento de calidad, ofrecer servicios de alimentación, garantizar la seguridad, brindar servicios adicionales y promover la cultura y el patrimonio del destino turístico con el objetivo de otorgar una experiencia satisfactoria a los turistas y contribuir al desarrollo de la industria turística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al término del programa los(as) participantes estarán en condiciones de:

- Determinar los diversos tipos de clientes existentes y saber como atenderlos.
- Desarrollar la estrategia de ventas en la Hotelería en las diferentes temporadas.
- Utilizar la mercadotecnia como base de atracción de clientes basados en la fortaleza de su producto o servicio.

- Asegurar que el restaurante del hotel o empresa, a su cargo, opere con estándares de higiene elevada.
- Definir los estándares de calidad ideales para su empresa.

DIRIGIDO A

- Todos los profesionales interesados en continuar perfeccionando sus conocimientos respecto a los puntos clave que deben conocer y dominar en la industria del turismo, hospitalidad y la gastronomía.

REQUISITOS TÉCNICOS

Todos los participantes deberán contar con:

- Una laptop con procesador i3 o superior.
- Memoria RAM de 4GB o más.
- Acceso a internet.
- Auriculares.

CONTENIDO DEL CURSO

Módulo 1:

Servicio al cliente como una experiencia grata

Expectativa del cliente y sus paradigmas.

- Tipos de clientes y como tratarlos.
- Embajadores de la marca.

Vocación de servicio.

- Definición del servicio.
- Significado de la vocación en el servicio.
- Disrupciones al servicio brindado.

Promesa de venta versus el momento de la verdad.

- Momento de la verdad.
- Manejo de crisis.
- Como retar al cliente.

La venta de experiencias en el turismo y la hospitalidad.

- Los líderes en la industria turística y de la hospitalidad.
- Los proveedores de experiencias al cliente.

El servicio al cliente como herramienta de publicidad y de ventas.

- El servicio y la mercadotecnia como arma de ventas.
- Campañas publicitarias centradas en la entrega del servicio o de la experiencia.
- El servicio al cliente elemento clave para fijar el precio.

Módulo 2:

Comercialización de hoteles

Que requiere el cliente, tipos de clientes y momentos de compra.

- Cliente Corporativo (Directo, travel manager y agencia).
- MICE (Corporativo, asociación y meeting planner).
- Leisure (Directo, agencia de viajes y OTA)

Competencia y análisis de plaza.

- Por ubicación.
- Por canales.
- Por producto.
- Por precio.

Análisis de producto / diferenciadores.

- Lujo.
- Negocios.
- Leisure.
- Full service.
- Limited service.
- Personalización.
- Experiencia.

Análisis del ciclo de venta.

- Análisis de oferta.

- Motivador de decisión.
- Estancia.
- Salida y comentarios.
- Retorno y recomendación.

Plan de ventas.

- Estructura comercial.
- Actividades de ventas.
- Presupuesto.
- Seguimiento.

Plan de promoción.

- Actividades de promoción.
 - Club de fidelidad.
 - Conjuntas en la plaza.
 - En coordinación con otros departamentos (venta cruzada).

Plan de publicidad.

- Canales de marca.
- Medios masivos.
- Correo electrónico.

Ventas vía redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram e Influencer/Bloggers).

Revenue management

- Cliente, tarifa y tiempo correcto.
- Generar volumen.
- Generar ingreso.
- Venta cruzada e incremento de ingresos.
- Paquetes.

Módulo 3:

Plan de negocios de un hotel

Introducción.

- Datos de la industria.
- Análisis del mercado, hacer un Scouting.
- Identificación de oportunidades y fortalezas.
- Tu historia.

Concepto, diferenciación y modelo de negocio.

- Creación de un concepto único y disruptivo, diferenciación.
- Nombre, diseño y branding.
- Definir tarjet o mercado objetivo, y buyer persona.
- Identificación del modelo de negocio y modelo Canvas.

Plan de marketing.

- Análisis de la competencia, zonificar y mapear.
- Tendencias del mercado.
- Definir estrategia de revenue.
- Marketing y redes sociales.

Plan operativo.

- Construye tu equipo, organigrama, basado en la capacidad.
- Manual de operaciones.

- Requerimientos tecnológicos y sistemas operativos: PMS, CRM, pasarelas de pago y otros softwares.

Plan financiero.

- Presupuesto inicial, proyección inversión y flujo de caja.
- Proyección de costos e ingresos.
- Rentabilidad, piedra angular de lo que hacemos.

Cierre, recomendaciones y evaluación.

- Revisión de rezagados.
- Casos de éxito.
- Presentación y trabajo final.

Módulo 4:

Aplicación de la mercadotecnia a servicios turísticos

- Planeación del marketing para los servicios turísticos.
- Diagnóstico de la empresa de servicios turísticos a través de un estudio de los factores internos y las tendencias del mercado.
- Posicionar el proyecto integral de servicios turísticos de los elementos y a comercializar y con los alcances de la empresa.
- Aplicación del resultado del marketing en los servicios turísticos.
- Diseñar estrategias para la comercialización de servicios turísticos a través de la mezcla de marketing.
- Conocer y aplicar las estrategias de marketing a partir de los servicios turísticos a ofrecer.
- Aplicación de las estrategias de marketing publicitarias.
- Evaluación de mercadotecnia.
- Valorar cualitativa y cuantitativamente los resultados obtenidos de la aplicación del marketing con objetivos planeados e intereses de la empresa.
- Realizar ajustes del proyecto de posicionamiento de la empresa de servicios turísticos en base a los resultados obtenidos en la valoración de la misma.

Módulo 5:

Plan de negocios de un restaurante, como emprender con éxito.

¿Porque abrir un restaurante?

- Datos de la industria.
- ¿Es un restaurante adecuado para ti, emprendedor?
- Ciclos de vida de los restaurantes.

Concepto de unos restaurantes exitosos

- Análisis de la competencia e investigación de mercado.
- La combinación perfecta.
- Diferenciación.
- Buyer persona y MO.
- Diseño de nombre, logotipo y branding.
- Pre-diseño de menú.

Plan financiero y costeo.

- Presupuesto inicial de inversión.
- Proyección financiera operativa.
- Costeo de menú, integración.
- Punto de equilibrio.

Montaje del restaurante

- Diseño de menú.
- Localización, como elegir el mejor local.
- Adecuación, factores a considerar.
- Aforos y fórmulas de capacidad.
- Equipamiento área de servicio y área de cocina.

Plan de marketing.

- Análisis de la competencia, mapear zona.
- Tendencias del mercado.
- Definir estrategia de precios.
- Marketing y redes sociales.

Plan operativo.

- Organigrama, basado en la capacidad.
- Estándares de servicio, fraseología y manuales.
- Otros puntos de venta.
- Requerimientos tecnológicos.

Cierre, recomendaciones y evaluación.

- El Shark Tank Moment

Módulo 6:

Fundamentos de higiene y operación de alimentos

- Retos a la seguridad durante la manipulación de alimentos.
 - Costo de las enfermedades transmitidas por alimentos.
 - Definición y tipo de enfermedades transmitidas por alimentos.
 - Brotes y clausuras.
- Tipos de agentes contaminantes.
 - Biológicos.
 - Físicos.
 - Químicos.
- Principales alimentos productores de enfermedades
- Contaminación de los alimentos (revisión de patógenos y enfermedades transmitibles)
- Guía C.H.A.T.T.O.
 - Comida.

- Humedad.
- Acidez.
- Temperatura.
- Tiempo.
- Oxígeno.
- Enfermedades transmitidas por alimentos.
 - Bacterias.
 - Virus.
 - Hongos.
- Temperatura de servicio de los alimentos (reglamentaría).
- Temperatura de cocción de los alimentos (reglamentaría).
- Administración del equipo de la cocina.
 - Refrigerador.
 - Congelador.
- Almacenamiento de los alimentos.
 - Procesados.
 - Carnes rojas.
 - Pescados.
 - Aves.
- Durabilidad de los alimentos (reglamentaría).
- Otros contaminantes.
- Origen y prevención de las alergias por alimentos en general.
 - Alergias mortales.
 - Alergias producidas por enfermedades transmitidas por alimentos.

Módulo 7:

Gestión estratégica de datos en el nuevo entorno digital

Introducción

- Evolución del servicio a través del tiempo.
- Estandarización en la entrega del servicio.
- El personal encargado del servicio (su perfil).
- La cultura empresa.

Políticas de servicio al cliente.

- Establecimiento de las políticas de servicio en la empresa.
- Penalizaciones por interrupciones del servicio.
- Garantías de servicio ofrecido a nuestros clientes.

Mediciones de los Key Performance Indicators del servicio.

- Estándares de servicio.
- ISO, estrellas, diamantes.
- Evaluación de 360 grados.
- Mystery shoppers.

Soft opening para garantizar estándares de servicio.

- Metodología para su aplicación.
- Personal a cargo del soft opening.

Casos de éxito en el servicio al cliente.

- Disney.
- Starbucks.
- Amazon.
- Apple.

DIRECTOR ACADÉMICO DEL PROGRAMA Y DOCENTE



MBA. Roberto Francisco Echeverría Villarreal

Administrador de Empresas Turísticas en la Universidad del Valle de México.

Cuenta con un MBA otorgado por el Instituto Panamericano para la alta dirección de empresas, así como un diplomado otorgado por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey en Dirección Administrativa y Manejo de Proyectos. Su carrera profesional en aerolíneas tiene más de tres décadas, Dirigió la facultad de Hospitalidad, Gastronomía y Turismo de la Universidad del Valle de México, campus Cumbres en Monterrey, Nuevo León México. Actualmente es socio del Lever Institute donde brinda consultoría a empresas y capacita al personal operativo y sus mandos medios en temas del servicio al cliente. Ha sido presidente de la Asociación de representantes de líneas aéreas de Monterrey, Tesorero de la Asociación Chilena de Aerolíneas, Presidente de Skal International 305, Consejero en el Consejo de Turismo del municipio de San Nicolás de los Garza, N.L., Consejero en el Consejo de Turismo de Nuevo León, Consejero en el Consejo para la promoción turística de la Comarca Lagunera.

PLANTEL DOCENTE

El plantel docente está conformado por profesionales de reconocido prestigio en su área, los mismos son seleccionados y evaluados, bajo estrictos procedimientos que toman en cuenta metodología didáctica, facilitación del aprendizaje, transmisión de valores y experiencia laboral en la aplicación de tema.



**MSc. José Alfonso
Gómez Quintanar**

Administrador de Empresas Turísticas de la Universidad Tecnológica de

México con Maestría y cursos de especialización en ITESM Campus Ciudad de México, Monterrey, Ciudad Juárez y Puebla, Hilton University, IPADE y Emory University y cuenta con el Certified Hotel Administrator by The American Hotel & Lodging Association.

Actualmente es Consultor y asesor con experiencia en Servicio, Turismo y Hotelería. Consejero en el Consejo de Promoción Turística de Puebla, A.C. VIVE PUEBLA, CNET capitulo Puebla, Consejo Ciudadano de Turismo Ayuntamiento de Puebla, PastPresident IHGO Asociación de Propietarios de Hoteles IHG capítulo México.

Cuenta con 29 años de experiencia como Gerente General en Hoteles de las marcas: Holiday Inn, Hilton Garden Inn, Fiesta Inn, Radisson Casagrande y Holiday Inn Express y ha sido Director de Proyecto y apertura de los restaurantes: Angus Puebla y Monterrey, Calzada 400 Monterrey, Santo Agave. Además de contar con 12 Años de experiencia en Agencia de Viajes a cargo de la Oficina de Viajes de Negocios de American Express en Monterrey y finalmente tiene las siguientes membresías; IHG OWNERS ASSOCIATION, HSMAL, SKAL, MPI, VIVE PUEBLA, A.C.



**MBA. Roberto Francisco
Echeverría Villarreal**

Administrador de Empresas Turísticas en la Universidad del Valle de México.

Cuenta con un MBA otorgado por el Instituto Panamericano para la alta dirección de empresas, así como un Diplomado otorgado por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey en Dirección Administrativa y Manejo de Proyectos. Su carrera profesional en aerolíneas tiene más de tres décadas, Dirigió la facultad de Hospitalidad, Gastronomía y Turismo de la Universidad del Valle de México, campus Cumbres en Monterrey, Nuevo León Mé-

xico. Actualmente es socio del Lever Institute donde brinda consultoría a empresas y capacita al personal operativo y sus mandos medios en temas del servicio al cliente. Ha sido presidente de la Asociación de representantes de líneas aéreas de Monterrey, Tesorero de la Asociación Chilena de Aerolíneas, Presidente de Skal International 305, Consejero en el Consejo de Turismo del municipio de San Nicolás de los Garza, N.L., Consejero en el Consejo de Turismo de Nuevo León, Consejero en el Consejo para la promoción turística de la Comarca Lagunera.



**Lic. Cecilia Ramírez
Serrato**

Licenciada en Hotelería y Turismo por la Universidad Regiomontana, A. C.,

evaluador, verificador y diseñador de instrumentos para Conocer en certificaciones del Centro Evaluador CONALEP (Colegio de Educación Técnica en el Estado de Nuevo León).

Carrera profesional iniciada hace 38 años en Agencias de viajes minoristas, mayoristas y Operadoras Turísticas, docencia impartiendo cátedra nivel medio superior y superior de la carrera de Hospitalidad turística, impartiendo cursos para secretaria del trabajo en conjunto con la Corporación para el Desarrollo turístico de Nuevo León, certificando personal de la industria en conjunto con el CAST Nuevo León (Centro de Asistencia y Servicios Tecnológicos).

Supervisor de prácticas en la Universidad del Valle de México campus Monterrey, colocando a los estudiantes y haciendo convenios con las distintas empresas y corporativos del ramo turístico para su aceptación.

Coordinadora de las carreras de Alimentos y Bebidas y Turismo en el departamento de promoción y vinculación de CONALEP plantel José Ma. Hernández Martínez, dentro de las actividades son la promoción y venta de la oferta educativa para nuevos aspirantes, activa en el comité de vinculación con el sector productivo y las distintas empresas y corporativos.

Actualmente socia activa de AFEET, Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas capítulo Monterrey donde participo como responsable de los comités Responsabilidad social y Capacitación.



Lic. José Alejandro Hernández Ramírez

Licenciado en Turismo, por la Universidad Autónoma de Aguascalientes, con estudios de Maestría (No titulado) MBA, con especialidad en Marketing, por la Universidad del Valle de México.

Apasionado por la gastronomía, hotelería y la educación, con 25 años de experiencia en estos sectores. Su pasión por el turismo y la gastronomía comenzó a los 10 años, cuando acompañaba a su padre, que trabajaba en los hoteles, y se quedaba en la barra del bar, lavando vasos. Gustaba mucho ver lo sutil y maravilloso que era el servicio y la preparación, la elegancia, ya que, en aquel tiempo, en ese lugar los alimentos se flameaban a la vista del cliente.

Actualmente es emprendedor, operador y propietario. Administra 3 hoteles, dos como socio operativo, y uno más como socio inversionista, en los 3 es el Director de la empresa.

En la etapa laboral tuvo puestos como Director de Operaciones de una cadena de restaurantes; Director de las carreras universitarias de Hospitalidad, Gastronomía y Turismo para la Universidad del Valle de México; anteriormente trabajo en Hoteles y Restaurantes como Gerente General; pasando antes por puestos operativos desde mesero, barman, capitán,

jefe de bar, gerente de restaurante, Maitre D´ Hotel, gerente de banquetes. También a dictado clases de materias de gastronomía, hotelería, emprendimiento, liderazgo, gerencia, administración, finanzas, bares y vinos. Actualmente está por lanzar un proyecto de una academia de clases en línea y podcast complementarios, sobre temas de restaurantes y hotelería.



Lic. Roberto Echeverría Venegas

Administrador Internacional de Empresas Turísticas con especialidad en la industria de la Restaurantes, Vinos & Licores de la Universidad del Valle de México.

Certificado por la NRA (National Restaurant Association) de los Estados Unidos, y además de Brown-Forman, Pernod-Ricard, Diageo y viñedos Monte Xanic (México).

Cuenta con 12 años de experiencia como Gerente General, liderando empresas de alimentos, con especialidad en franquicias, tales como: IHOP, Pizza-Rev, Asador la Vaca Argentina, Tequila Herradura y Whiskey Jack Daniel's, Viñedos Monte Xanic; además de trabajar de la mano con restaurantes como consultor en servicio, e inocuidad de los alimentos.

Creador del Podcast Drink Experience México.



METODOLOGÍA

Se aplicará una metodología virtual y participativa de transferencia de conocimientos, combinando actividades sincrónicas (videoconferencias) y asincrónicas (plataforma virtual) con las siguientes características:

Clases en Salas de Videoconferencias

Se realizarán 3 sesiones de videoconferencia por semana de clases, mediante la aplicación Zoom. Estas salas son de uso sencillo y amigable, permitiendo la interacción entre los alumnos y el docente para el desarrollo de actividades colaborativas.

Todas las sesiones de videoconferencias serán grabadas y puestas a disposición de los alumnos en modo lectura en la plataforma virtual, durante la ejecución de los módulos.

Plataforma Virtual para el Aprendizaje

La plataforma UPB Virtual está diseñada para crear espacios de enseñanza virtual, administrar, distribuir y controlar todas las actividades asincrónicas.

Para acceder al material digital y cumplir con diferentes actividades asignadas por el docente, el participante podrá ingresar a la plataforma virtual, sin restricción de horarios.

Para la transferencia de conocimientos el docente podrá hacer uso de distintos recursos: foros de trabajo colaborativo, foros de discusión temática, foros de preguntas y respuestas, mensajería interna, trabajos, cuestionarios, tests y otros servicios orientados a lograr un aprendizaje efectivo.

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

Duración: Cinco meses. 300 horas académicas.

Titulación: Al cumplir con los requisitos académicos de aprobación de los módulos el(la) participante obtendrá el certificado de "Diplomado Turismo y Hospitalidad".

Solicite al contacto regional información actualizada, referida a precio, descuentos, planes de pago, resumen de la experiencia del plantel docente, horarios, cronograma tentativo y proceso de inscripción.



Management System
ISO 9001:2015
www.tuv.com
ID 9108623133

Patrocinada por:



Informaciones e Inscripciones:

☎ 712 27001

✉ luzmachicado@upb.edu

CONTACTO NACIONAL:

✉ formacioncontinua@upb.edu

📘 UPB Formación Continua Central

🌐 www.upb.edu/ceu