

Formación ITH

Innovación en el establecimiento hotelero

Plan de Formación Sectorial 2009
2ª Convocatoria 2009

Catálogo de Cursos



instituto tecnológico hotelero

www.ithotelero.com



UNION EUROPEA
Fondo Social Europeo



Fundación Tripartita
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO



INSTITUTO DE EMPLEO
SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL



CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

DESTINATARIOS DE LOS CURSOS:

Podrán solicitar su participación mediante la cumplimentación de la **Ficha de Participación (Anexo I)** los trabajadores en activo del sector de la Hostelería (Amparados en el ámbito de aplicación del convenio colectivo Hostelería, CNAE 55.1 – 55.2 – 55.3 – 55.9 – 56.1 – 56.2 – 56.3) que pertenezcan al los colectivos enumerados mas abajo.

- 5510 Hoteles y alojamientos similares
 - 5520 Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia
 - 5530 Campings
 - 5590 Otros alojamientos
 - 5610 Restaurantes y puestos de comidas
 - 5621 Provisión de comidas preparadas para eventos
 - 5629 Otros servicios de comidas
 - 5630 Establecimientos de bebidas
1. Trabajadores asalariados que prestan sus servicios en empresas o entidades públicas no incluidas en el ámbito de aplicación de los acuerdos de formación en las Administraciones públicas y cotizan a la Seguridad Social en concepto de Formación Profesional.
 2. Trabajadores fijos discontinuos en los periodos de no ocupación
 3. Trabajadores que acceden a situación de desempleo cuando se encuentren en periodo formativo.
 4. Trabajadores acogidos a regulación de empleo en sus periodos de suspensión de empleo por expediente autorizado
 5. Trabajadores Autónomos.
 6. Trabajadores desempleados, siempre que figuren inscritos en los Servicios Públicos de Empleo.

DOCUMENTACIÓN A APORTAR POR LOS ALUMNOS:

ANEXO I 2009 debidamente cumplimentado y firmado (Ver documento a continuación)
FOTOCOPIA DE LA CABECERA DE LA NÓMINA. Se aportará en cuanto se disponga de ella, la cabecera de nómina del mes en el que se empiezan los cursos. (Los autónomos, fotocopia del último recibo del pago de autónomos)
FOTOCOPIA DEL DNI por ambas caras
FOTOCOPIA CONTRATO DE TRABAJO
VIDA LABORAL (Sólo los desempleados)
IMPUESTO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (Sólo los Autónomos)
TARJETA DE DEMANDA DE EMPLEO (Sólo los desempleados)
CARTA DE LLAMAMIENTO DE LA EMPRESA (Trabajadores fijos discontinuos en periodo de no ocupación)

ÁREA TEMÁTICA:

“Herramientas y Modelos 2.0”

- APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN EL SECTOR DE LA HOSTELERIA
- WEB AVANZADA PARA HOTELES Y EMPRESAS TURÍSTICAS
- DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING 2.0 (S.M.O)

APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN EL SECTOR DE LA HOSTELERIA

Modalidad

Teleformación - Online

Inicio

15 de junio de 2009

Duración

20 horas – Plazo de realización: 1 Mes y medio

Objetivos

- Adquirir una visión genérica sobre el uso del video, los blogs y el podcasting como medio de comunicación en Internet y con marketing turístico.
- Sacar el máximo rendimiento de las posibilidades que ofrecen diferentes herramientas y páginas Web 2.0 y comprender su aplicación en el entorno 2.0.

Contenidos

- **CLASE 1**
 - Twitter y el uso de Twitter con marketing turístico
- **CLASE 2**
 - Marketing turístico con videos
- **CLASE 3**
 - Marketing turístico con YouTube
- **CLASE 4**
 - Marketing turístico con video blogging y video aplicaciones
- **CLASE 5**
 - Estudio de mercado con Google trends, Google insights y Google alertas
- **CLASE 6**
 - Taller práctico de podcasting (2 horas)
- **CLASE 7**
 - Taller práctico de blogs y CMS (2 horas)
- **CLASE 8**
 - Aplicaciones online de gestión

Requisitos

No se requieren conocimientos previos, salvo la capacidad de manejo de un ordenador y nociones básicas de navegación en Internet.

DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING 2.0 (SMO)

Modalidad

Teleformación - Online

Inicio

15 de junio de 2009

Duración

20 horas – Plazo de realización: 1 Mes y medio

Objetivos

- Conocer el marketing turístico tradicional
- Conocer la evolución que ha sufrido el marketing turístico
- Conocer y aplicar las posibilidades que ofrece el marketing 2.0 con ideas prácticas
- Dar a conocer estrategias ya aplicadas y con resultados del sector turístico
- Tener una guía para desarrollar un plan de marketing 2.0 conocido como SMO o Marketing en medios sociales

Contenidos

- **Clase 1** Introducción al Marketing Turístico
 - Marketing, definiciones y tipos
 - El mercado y el comportamiento del consumidor
 - El producto
 - El Plan de Marketing
 - E-commerce
 - Marketing del siglo XXI
 - Marketing de permiso
- **Clase 2** Sociedad y el impacto de la filosofía 2.0
 - La doscerización
 - El poder de los medios sociales
 - Quien es nuestro cliente 2.0
- **Clase 3** De la filosofía al modelo
 - Evolución hacia un modelo de gestión 2.0 paso previo al Plan de Marketing 2.0
 - Tecnologías sociales aplicadas al sector turístico
 - Aplicación de una estrategia social
- **Clase 4** Web en destinos, webs de experiencias
 - Web turística 2.0 Administración pública
 - Modelo Socialtec, posicionamiento y comercialización
- **Clase 5** Evolución y marketing medios sociales
 - Hay que ponerse en el lugar del cliente
 - Social Media Marketing o Marketing en medios sociales
 - Evolución Marketing Medios Sociales, evolución web
 - Caso Artiem Hotels
- **Clase 6** Casos prácticos
 - Casos Magic Costa Blanca
 - Caso Magic Amigos

- Caso amicsaroundtheworld
- Comentarios de los clientes, el poder de los usuarios
- Gestión de la reputación online
- **Clase 7** Videomarketing, herramientas MMS
 - Video Marketing, Marketing viral
 - Marcadores sociales para fomentar enlaces hacia nuestra web
 - RSS y sus aplicaciones en el sector turístico
- **Clase 8** Herramientas para la Mediosfera y marketing interno
 - Blogs y sus aplicaciones
 - Mundos virtuales
 - Wikis como herramienta de marketing interno
 - Podcasting y sus aplicaciones en el marketing medios sociales
- **Clase 9** Microblogging, georeferenciación y creatividad
 - Microblogging Twittosfera
 - Gestión de ideas
 - Localización y mapas
- **Clase 10** PPT's online, screencast, y guía para implantación MMS
 - Presentaciones online en portales gratuitos
 - Screencast una nueva manera de hacer marketing
 - Web Semántica
 - Guía Marketing 2.0, Marketing Medios Sociales

Requisitos

No se requieren conocimientos previos, salvo la capacidad de manejo de un ordenador y nociones básicas de navegación en Internet.

WEB AVANZADA PARA HOTELES Y EMPRESAS TURÍSTICAS

Modalidad

Teleformación - Online

Inicio

15 de junio de 2009

Duración

20 horas – Plazo de realización: 1 Mes y medio

Objetivos

El objetivo de la primera parte del curso es establecer los pasos necesarios para llevar a cabo un proyecto web, estableciendo todos los puntos importantes para la ejecución del proyecto y la comunicación con la agencia desarrolladora.

El objetivo de la segunda parte del curso es mostrar, desde el punto de una agencia interactiva, cómo se debe desarrollar un proyecto web de éxito a partir de las necesidades comunicadas por el cliente.

Contenidos

- **CLASE 1**
 - Antes de empezar mi proyecto Web
 - Objetivos de mi página Web
 - Qué imagen queremos para nuestra página Web
- **CLASE 2**
 - El contenido
 - El mapa Web
- **CLASE 3**
 - Reservas online
 - Conectividad XML
 - La página para nuestro cliente
- **CLASE 4**
 - La página para los buscadores
 - Adaptación de la Web para dispositivos móviles
- **CLASE 5**
 - Cómo pasar la información a la agencia desarrolladora
- **CLASE 6:**
 - Proceso de desarrollo de sitios Web
- **CLASE 7**
 - El usuario es el rey

- **CLASE 8**
 - Factores clave de éxito y fracaso de sitios Web

- **CLASE 9**
 - Cómo promocionarse en Internet

- **CLASE 10**
 - La central de reservas. Funcionamiento e integración con IDS

Requisitos

No se requieren conocimientos previos, salvo la capacidad de manejo de un ordenador y nociones básicas de navegación en Internet.

ÁREA TEMÁTICA:

“Innovación en los departamentos del hotel”

- INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE ALOJAMIENTO (RECEPCIÓN – RESERVAS-PISOS)
- INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
- INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE ANIMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
- INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE MANTENIMIENTO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA
- INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

NOTA: *Los cinco cursos que figuran en este área temática tienen un módulo introductorio de 10 horas común para todos ellos. A aquellos alumnos que se inscriban en mas de uno de estos cursos se le convalidará las 10 primeras horas en el resto de los cursos impartidos.*

INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE ALOJAMIENTO (RECEPCIÓN – RESERVAS-PISOS)

Modalidad

Teleformación - Online

Inicio

15 de junio de 2009

Duración

30 horas – Plazo de realización: 2 meses

Objetivos

Objetivos Generales

- Definir lo que entendemos por innovación
- Analizar qué es innovación de producto y de procesos
- Cómo innovar en la organización. Los puntos clave
- Comprender la importancia que tienen las personas en los procesos de innovación
- Comprender la importancia de una innovación constante, así como el establecimiento de un método válido.
- Conocer las normas básicas de ejecución de un plan de innovación, estableciendo unas líneas de actuación en base a la vigilancia, el control y la retroalimentación, como lo fundamental para lograr la innovación constante.
- Identificar cuáles son los obstáculos habituales que nos encontramos a la hora de ejecutar innovaciones y cómo sortear estos obstáculos.

Objetivos Específicos

- Asimilar la situación actual de la mayoría de departamentos de reservas.
- Identificar los puntos en los que radica el cambio y su problemática.
- Descubrir una situación más dinámica y productiva.
- Determinar los conceptos de CRM y Marketing relacional
- Identificar los requisitos esenciales y características para la gestión del CRM
- Definir lo que es la calidad del servicio al cliente y obtener una desintegración de las partes que la componen.
- Identificar los puntos clave del proceso de medición de la satisfacción del cliente.
- Asimilar el concepto de la innovación tecnológica enfocada al desarrollo personal y mejora de la productividad en el trabajo.
- Características principales de los modelos de kioscos para check in y check out automáticos.
- Conseguir asimilar el concepto de innovación, pero sin perder de vista la comodidad y el confort del cliente.
- Determinar en qué aspectos podemos abordar una innovación en el concepto de habitación de hotel.
- Asimilar la importancia que la limpieza y el buen aspecto en general tiene para el cliente.
- Descubrir cómo abordar la innovación en la limpieza desde diferentes aspectos.
- Volver a insistir en la importancia de la formación de profesionales.
- Conocer una gama de productos y posibilidades de innovación, básicamente tecnológica, que resultarán elementos de valor añadido para el confort y la experiencia del cliente
- Descubrir otra relación más de productos y posibilidades de innovación, básicamente tecnológica, que resultarán elementos de valor añadido para el confort y la experiencia del cliente

Contenidos

Introducción

- Concepto de innovación
- Innovación en productos y en procesos
- Innovación en la organización
- Innovación en marketing
- Cultura y gestión del cambio
- Planificación y estrategia de la innovación
- Ejecución del plan de innovación
- Por qué innovar en los hoteles
- Barreras a la innovación
- Buenas prácticas
- **CLASE 1** Simplificación de sistemas de reservas
 - Objetivos de adoptar un sistema más integrado
 - Los actores de los procesos de reservas
 - Situación general de los sistema de reservas
 - Implantación del nuevo sistema y situación final
- **CLASE 2** Utilización efectiva del CRM
 - Consideraciones sobre CRM.
 - Los pilares del CRM.
 - El papel del área de alojamiento en el CRM.
- **CLASE 3** Medición del proceso de atención al cliente
 - Calidad hotelera: Expectativas vs percepciones.
 - Obtención de datos.
 - Ya tenemos los datos. ¿Ahora qué hacemos?
- **CLASE 4** El check in y el check out
 - Simplificación de tareas
 - Check in automático
 - Check out automático
- **CLASE 5** Innovación en habitaciones
 - Innovación, usabilidad y confort
 - Innovación desde diferentes aspectos
- **CLASE 6** Mejoras y optimización del proceso de limpieza
 - La importancia de la limpieza en la valoración del cliente
 - Innovación desde diferentes aspectos
 - Innovación tecnológica al servicio de la limpieza
 - Formación
- **CLASE 8** Otras alternativas de transformación I
 - El conserje en el bolsillo
 - Bluetooth como sistema de información
 - Facturación electrónica
 - Cromoterapia
- **CLASE 9** Otras alternativas de transformación II
 - Factura electrónica
 - Iluminación dinámica LED
 - Todos los servicios del hotel en un iPhone
 - Códigos QR
- **CLASE 10** Buenas prácticas

Requisitos

No se requieren conocimientos previos, salvo la capacidad de manejo de un ordenador y nociones básicas de navegación en Internet.

INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Modalidad

Teleformación - Online

Inicio

15 de junio de 2009

Duración

30 horas – Plazo de realización: 2 meses

Objetivos

Objetivos Generales

- Definir lo que entendemos por innovación
- Analizar qué es innovación de producto y de procesos
- Cómo innovar en la organización. Los puntos clave
- Comprender la importancia que tienen las personas en los procesos de innovación
- Comprender la importancia de una innovación constante, así como el establecimiento de un método válido.
- Conocer las normas básicas de ejecución de un plan de innovación, estableciendo unas líneas de actuación en base a la vigilancia, el control y la retroalimentación, como lo fundamental para lograr la innovación constante.
- Identificar cuáles son los obstáculos habituales que nos encontramos a la hora de ejecutar innovaciones y cómo sortear estos obstáculos.

Objetivos Específicos

- Acción formativa orientada a una mejor organización del trabajo, prevención de riesgos y acciones que afectan a la satisfacción del cliente final.
- Adquirir nuevas nociones sobre el turismo gastronómico.
- Conocer las últimas innovaciones culinarias.

Contenidos

- **CLASE 1: Auge del turismo gastronómico**
 - Qué es el turismo gastronómico.
 - El auge del turismo gastronómico.
 - Relación de la gastronomía con otros productos turísticos
 - Nuevas tendencias gastronómicas.
- **CLASE 2: Aplicación de la Quinta gama**
 - Los métodos de conservación de productos alimenticios en la hostelería
 - Método de conservación 5ª Gama
 - Análisis de los beneficios de la 5ª Gama
- **CLASE 3: Innovaciones culinarias**
 - Investigación y conocimiento compartido.
 - Cocina creativa.

- Química y cocina.
- **CLASE 4: Procesos de lavado**
 - Innovación para la resolución de problemas.
 - Innovación en procesos de lavado.
 - Resultados esperados.
- **CLASE 5: Conservación y almacenaje**
 - Necesidades de conservación.
 - Técnicas de conservación.
 - Almacenaje y aprovechamiento de espacios.
- **CLASE 6: Mobiliario y decoración**
 - En busca de sorprender al cliente.
 - Innovación en materiales.
 - Mobiliario innovador y accesibilidad.
- **CLASE 7: Prevención de riesgos**
 - Riesgos laborales en hostelería.
 - Sistema de prevención de riesgos laborales.
 - La necesidad de grabar el concepto en la organización.
- **CLASE 8: El servicio de sala**
 - Software esencial.
 - Diferentes formas para el mismo servicio.
 - Ofertas innovadoras.
- **CLASE 9: El catering como forma de expresión**
 - El servicio de catering: Elemento diferenciador de un evento.
 - Innovación en catering en sus diferentes formas.
- **CLASE 10: Buenas prácticas.**

Requisitos

No se requieren conocimientos previos, salvo la capacidad de manejo de un ordenador y nociones básicas de navegación en Internet.

INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE ANIMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Modalidad

Teleformación - Online

Inicio

15 de junio de 2009

Duración

30 horas – Plazo de realización: 2 meses

Objetivos

Objetivos Generales

- Definir lo que entendemos por innovación
- Analizar qué es innovación de producto y de procesos
- Cómo innovar en la organización. Los puntos clave
- Comprender la importancia que tienen las personas en los procesos de innovación
- Comprender la importancia de una innovación constante, así como el establecimiento de un método válido.
- Conocer las normas básicas de ejecución de un plan de innovación, estableciendo unas líneas de actuación en base a la vigilancia, el control y la retroalimentación, como lo fundamental para lograr la innovación constante.
- Identificar cuáles son los obstáculos habituales que nos encontramos a la hora de ejecutar innovaciones y cómo sortear estos obstáculos.

Objetivos Específicos

- Abrir la visión del alumno en los ámbitos de la animación hotelera y la atención al cliente, mostrándole procesos y sistemas novedosos para alcanzar estos objetivos.

Contenidos

Introducción

- Concepto de innovación
- Innovación en productos y en procesos
- Innovación en la organización
- Innovación en marketing
- Cultura y gestión del cambio
- Planificación y estrategia de la innovación
- Ejecución del plan de innovación
- Por qué innovar en los hoteles
- Barreras a la innovación
- Buenas prácticas

CLASE 1. Evolución del concepto de ocio.

- El efecto de Internet en el tiempo de Ocio.
- Comportamientos de las personas ante las situaciones: Análisis transaccional por centros de interés Motivacionales.
- La autosegmentación por intereses comunes, findability+credibility de los contenidos. “El contenido es el rey”.
- El Factor escapista del Turismo en la nueva era Post-Dreamsociety. Valor esperado, aumentado y simbólico en la Era Actual.

- Matriz THR de los modelos de comportamiento ante el ocio: El valor del Edutainment.
- Nuevos modelos turísticos para la animación: modelo club caribe y cruceros, modelo complemento urbano y modelo edutainment. La animación como cuore del producto.

CLASE 2. La figura del Animador.

- La necesidad de pasárselo bien haciendo felices a los demás. Perfil base de un animador.
- Animadores Inmigrantes digitales, y animadores nativos digitales. Habilidades de comunicación de un animador.
- El Animador como base de la estrategia de marketing relacional y emocional interno. Los amigos al servicio de amigos.
- Feed Back de Información, captación de datos, estrategia CRM y Apoyo a la fidelización en Recepción. El Modelo "Magic Team".
- El espacio común: La red social de la empresa. Beneficios y Sinergias. Fuente de inspiración y vínculo emocional interno y externo.
- Papel del animador en la reputación on-line del hotel. Concepto de entertainment 2.0.

CLASE 3. Construcción de un programa de Entertainment 2.0

- Factores Yield Management y CRM: Selección de fechas, determinación de segmentos y programación multisegmento.
- Diseño de las actividades: La secuenciación de la experiencia del cliente.
- Integración de procesos Interdepartamental. La circulación de la Información.
- El Animador-Vendedor.
- El Animador-Analista e Informador.
- El Animador-Gestor de Carga de espacios de servicios.
- Consulta del programa a los adprosumers del hotel. Feedback de Cliente y canal.

CLASE 4. Comunicación del programa de Entertainment 2.0

- Estrategia de Comunicación Interna y externa: Check list de canales de información. Establecer un modelo operativo.
- Canales youtube, hube, google video, flickr y myspace.
- Blogging y Microblogging: Red social, blog interno, blog de destino, blog postenta de programa, blog de periodistas, blog de opiniones, facebook, tuenti y twitter.
- Estrategia SEO, SEM y SMM orientada a los tags y keywords de mayor clickthrough. Etiquetado, sindicación y links. Adwords, afiliados, Bloguzz, Menéalo, delicious y digg.
- Monitorización de comentarios: Red social, red de blogs, technorati, twitter, tuenti, facebook, y diarios digitales locales comentarios de Información de la fiesta no enamorados).
- Generación de contenidos multimedia y apoyo a campañas comerciales (fiesta de halloween, no tires tu décimo, tarjeta magic blogger).
- Fiestas temáticas para la captación de diversos segmentos y colectivos.

CLASE 5. Vínculos emocionales: algo más que unas buenas vacaciones.

- Generación y posicionamiento de contenidos emocionales.
- Estar antes, durante y después de las vacaciones.
- Vínculo emocional como valor simbólico de cara a la Fidelización.
- El aprendizaje durante las vacaciones: transformación y mejora personal.
- El modelo de las tres generaciones DISNEY aplicado a el entertainment 2.0
- La triste despedida y el emotivo retorno.
- Construir una LOVEMARK.

Requisitos

No se requieren conocimientos previos, salvo la capacidad de manejo de un ordenador y nociones básicas de navegación en Internet.

INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE MANTENIMIENTO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Modalidad

Teleformación - Online

Inicio

15 de junio de 2009

Duración

30 horas – Plazo de realización: 2 meses

Objetivos

Objetivos Generales

- Definir lo que entendemos por innovación
- Analizar qué es innovación de producto y de procesos
- Cómo innovar en la organización. Los puntos clave
- Comprender la importancia que tienen las personas en los procesos de innovación
- Comprender la importancia de una innovación constante, así como el establecimiento de un método válido.
- Conocer las normas básicas de ejecución de un plan de innovación, estableciendo unas líneas de actuación en base a la vigilancia, el control y la retroalimentación, como lo fundamental para lograr la innovación constante.
- Identificar cuáles son los obstáculos habituales que nos encontramos a la hora de ejecutar innovaciones y cómo sortear estos obstáculos.

Objetivos Específicos

El presente curso tiene como finalidad el ser una herramienta para técnicos de mantenimiento y empresarios del sector hotelero en la puesta en marcha de una **política energética y de gestión del agua sostenible**, que permita mejorar los resultados económicos y asimismo, minimizar el impacto medioambiental asociado a la actividad turística.

Este curso pretende **mostrar usos eficientes de la energía y agua** de forma económica y respetuosa con el medio ambiente.

La siguiente presentación proporciona **consejos simples y eficaces** para ayudar a los hoteles a realizar acciones que permitan reducir su consumo de energía y agua, aumentando sus márgenes de **beneficio** de la manera más fácil posible.

Los resultados obtenidos a través de un auto-diagnóstico permiten identificar aquellas actividades donde con medidas concretas y sencillas se pueden obtener unas **reducciones espectaculares** en los consumos.

Contenidos

Introducción

- Concepto de innovación
- Innovación en productos y en procesos

- Innovación en la organización
 - Innovación en marketing
 - Cultura y gestión del cambio
 - Planificación y estrategia de la innovación
 - Ejecución del plan de innovación
 - Por qué innovar en los hoteles
 - Barreras a la innovación
 - Buenas prácticas
1. Introducción a la sostenibilidad y eficiencia energética
 2. Medidas técnicas para el ahorro
 - Medidas técnicas para el ahorro de energía
 - i. Gestión energética del hotel
 - ii. Climatización
 - iii. ACS y calderas
 - iv. Iluminación
 - v. Cocinas
 - vi. Instalaciones de ocio
 - vii. Lavanderías
 - Medidas técnicas para el ahorro de agua
 - i. Uso doméstico
 - ii. Instalaciones de ocio
 - iii. Jardines

Requisitos

No se requieren conocimientos previos, salvo la capacidad de manejo de un ordenador y nociones básicas de navegación en Internet.

INNOVACIÓN EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

Modalidad

Teleformación - Online

Inicio

15 de junio de 2009

Duración

30 horas – Plazo de realización: 2 meses

Objetivos

Objetivos Generales

- Definir lo que entendemos por innovación
- Analizar qué es innovación de producto y de procesos
- Cómo innovar en la organización. Los puntos clave
- Comprender la importancia que tienen las personas en los procesos de innovación
- Comprender la importancia de una innovación constante, así como el establecimiento de un método válido.
- Conocer las normas básicas de ejecución de un plan de innovación, estableciendo unas líneas de actuación en base a la vigilancia, el control y la retroalimentación, como lo fundamental para lograr la innovación constante.
- Identificar cuáles son los obstáculos habituales que nos encontramos a la hora de ejecutar innovaciones y cómo sortear estos obstáculos.

Objetivos Específicos

- Comprender el nuevo entorno en el que nos movemos y en el que el cliente pasa a tener una nueva identidad propia.
- Estructurar respuestas apropiadas a ese nuevo entorno.
- Aplicar estrategias de pensamiento lateral como respuesta a los desafíos que se generan.
- Contraponer estrategias y situaciones ya caducas con las nuevas.
- Comprender nuevos enfoques en la gestión de los RRHH.
- Integrar acciones intra y extra empresa para la mejora de la gestión del momento de la verdad.
- Aportar una visión 2.0 a la gestión de los RRHH.

Contenidos

Introducción

- Concepto de innovación
- Innovación en productos y en procesos
- Innovación en la organización
- Innovación en marketing
- Cultura y gestión del cambio
- Planificación y estrategia de la innovación
- Ejecución del plan de innovación
- Por qué innovar en los hoteles
- Barreras a la innovación
- Buenas prácticas

1.- ¿Qué es el Turismo 2.0?

- 1.1.- Reposicionamiento de los actores turísticos.
 - 1.1.1.- Etología del turista.
 - 1.1.2.- Transparencia y participación.
- 1.2.- Hacia el turismo de experiencias.
 - 1.2.1.- La calidad emocional (Qe)
- 1.3.- Los RRHH como respuesta.
 - 1.3.1.- La conversación constante.
 - 1.3.2.- Respuesta personal al cliente.
 - 1.3.3.- Fidelización del cliente.
 - 1.3.4.- ¿Está usted gestionando bien sus RRHH?

2.- Situación actual frente a situación ideal.

- 2.1.- Organización vertical frente a organización red.
- 2.2.- Comunicación vertical descendente frente a comunicación multidireccional.
- 2.3.- Ausencia de libertad frente a existencia de libertad.
- 2.4.- Alta rotación frente a estabilidad de plantillas.
- 2.5.- Baja fidelidad del trabajador frente a fidelidad del empleado.
- 2.6.- Ausencia de talento frente a búsqueda y conservación del talento.

3.- Los 3 ejes de la gestión de los RRHH

- 3.1.- Formación.
- 3.2.- Libertad.
- 3.3.- Responsabilidad.

4.- El cliente interno como objetivo.

- 4.1.- La actuación dentro de la empresa.
 - 4.1.1.- Selección.
 - 4.1.2.- Inmersión.
 - 4.1.3.- Fidelización.
 - 4.1.4.- Detección del talento
- 4.2.- Intervención en los mercados de trabajo.
 - 4.2.1.- El Employer Branding.

5.- El objetivo final es la calidad.

Requisitos

No se requieren conocimientos previos, salvo la capacidad de manejo de un ordenador y nociones básicas de navegación en Internet.