



Masters Profesionales

Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles + 8 Créditos

ECTS



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles + 8 Créditos ECTS

1. Sobre INESEM
2. Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles + 8 Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Por qué elegir INESEM?
6. Orientación
7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles + 8 Créditos ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
CRÉDITOS ECTS	8
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters Profesionales

Doble titulación:

- Título Propio Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles expedido por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM). "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."
- Título Propio Universitario en Gestión y Auditoría en Protección de Datos: Consultor LOPD expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 8 créditos ECTS

Resumen

Al finalizar el Máster en Revenue Management y Dirección de Hoteles los alumnos estarán capacitados para dirigir y rentabilizar al máximo un establecimiento hotelero usando las técnicas más innovadoras. Serán capaces de aplicar diferentes estrategias de precios, conocer las peculiaridades del entorno donde se encuadren y, en general, dirigirse al mercado con un fundamento amplio sobre técnicas de marketing, branding, CRM y atención al cliente. Además, la visión generalista que muestra el contenido y la implicación de calidad con la nueva normativa ISO, dotarán al alumno de capacidades transversales acorde con la alta exigencia del sector turístico.

A quién va dirigido

Este Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles se dirige a aquellos profesionales que operan en el sector turístico y busquen implementar una estrategia de Revenue o adquirir conocimientos relacionados con la Dirección de la empresa. Servirá como especialización para aquellos estudiantes que estén interesados en el mundo de la gestión de los clientes.

Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles + 8 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Conocer los elementos clave de la Industria del Hospitality y los sistemas de gestión hotelera
- Utilizar técnicas de mejora del funcionamiento de equipos de trabajo y desarrollar habilidades de liderazgo.
- Analizar el mercado turístico para crear un programa de marketing y un plan de promoción de ventas.
- Estudiar las distintas estrategias del branding, como el storytelling y el Content Branding.
- Comprender el impacto del Customer Experience Management en la estrategia empresarial.
- Implementar sistemas de gestión de la calidad y una RSC basada en la sostenibilidad y el medioambiente.
- Conocer los elementos del Revenue Management: Forecasting, los ratios, el análisis de la competencia, etc.





¿Y, después?

Para qué te prepara

El Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles te prepara para la gestión integral de empresas turísticas. Conocerás la dirección estratégica de RRHH y el proceso de elaboración de un plan de marketing. Comprenderás la importancia del branding en este sector, así como los beneficios de la estrategia CRM para la empresa y clientes. Sabrás aplicar una estrategia de Revenue y los fundamentos de la Norma ISO 9001 de gestión de la calidad.

Salidas Laborales

Estudiando este Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles obtendrás conocimientos precisos para adentrarte en el sector turístico y la gestión del cliente. En concreto, podrás trabajar como Director de Hotel, Revenue Manager, Responsable de Marketing y Comunicación, Especialista en Publicidad y Branding, Responsable de Atención al Cliente o Sales Manager.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles + 8 Créditos ECTS

Módulo 1. **Gestión operativa, económica y financiera en la empresa hotelera elementos clave de la industria del hospitality**

Módulo 2. **Recursos humanos en el sector hotelero**

Módulo 3. **Marketing en empresas turísticas**

Módulo 4. **Branding y gestión de marca**

Módulo 5. **Customer relationship management**

Módulo 6. **Revenue management**

Módulo 7. **Gestión de calidad en hoteles**

Módulo 8. **Gestión medioambiental, rsc y normativa de prl en la empresa turística**

Módulo 9. **Gestión y auditoría en protección de datos en empresas turísticas**

Módulo 10. **Proyecto final**

Módulo 1.

Gestión operativa, económica y financiera en la empresa hotelera elementos clave de la industria del hospitality

Unidad didáctica 1.

Análisis y estudio del mercado turístico

1. Aspectos históricos del turismo
2. Definición de turismo y Organización Mundial del Turismo (OMT)
3. El mercado turístico español
4. Destino y productos turísticos principales en España
5. Destino y productos turísticos principales a nivel internacional
6. Terminología clave del sector hotelero

Unidad didáctica 2.

Distribución y venta del servicio turístico

1. El producto turístico
2. Ley de oferta y demanda del producto turístico en España
3. Canales de distribución turística
4. Estructura y funcionamiento de las centrales de reservas turísticas
5. GDS
6. La modernización del mercado turístico
7. Las motivaciones esenciales del mercado turístico
8. El papel de Internet en la distribución turística

Unidad didáctica 3.

Intermediación de terceros en el sector hotelero

1. Agencias de viajes y sector hotelero
2. Bases de datos de alojamientos hoteleros
3. Tipos de reservas
4. Tipos de tarifas
5. Funcionalidad de las centrales de reserva y cadenas de hoteles
6. El papel de los tour operadores en el sector hotelero

Unidad didáctica 4.

Aspectos jurídicos del sector hotelero

1. Regulación del turismo en España
2. Legislación específica para establecimientos hoteleros
3. Aspectos legales sobre las políticas de precios

Unidad didáctica 5.

El departamento de recepción y mostrador

1. Funciones en el mostrador
2. La plantilla de la recepción Distribución de horarios
3. Relaciones Interdepartamentales
4. El Rack de Habitaciones
5. El ciclo del cliente
6. El check in
7. Protocolos de administración de control y gestión
8. La gestión de grupos
9. El libro de Recepción
10. El check out

Unidad didáctica 6.

Relaciones interdepartamentales del hotel

1. Introducción
2. Departamento de Pisos o Housekeeping
3. Departamento de Alimentación y Bebidas
4. Departamento de Mantenimiento y Servicio Técnico
5. Dirección del Hotel
6. Departamento Comercial

Unidad didáctica 7.

Organización y gestión mices

1. El mercado de eventos, reuniones y banquetes
2. El mercado de reuniones: protocolo oficial y empresarial
3. El protocolo oficial
4. La simbología en los actos protocolarios, banderas e indumentarias

Unidad didáctica 8.

Gestión administrativo-financiera del establecimiento hotelero i

1. Los Documentos comerciales y administrativos
2. Documentos justificativos de las operaciones de compra-venta
3. Operaciones básicas de cobro y pago
4. Descripción de medios de pago
5. Modelos de documentación de cobro y pago, convencionales o telemáticos
6. Cumplimiento de libros de caja y bancos
7. Impresos correspondientes a los servicios bancarios básicos
8. Gestión de tesorería: Banca online
9. Aplicaciones informáticas

Unidad didáctica 9.

Gestión administrativo-financiera del establecimiento hotelero ii

1. La gestión de costes y gastos
2. Los presupuestos Planificación y control
3. Patrimonio Análisis económico financiero
4. Las inversiones en empresas hoteleras y el estudio de riesgos
5. Fuentes de financiación en la empresa hotelera

Unidad didáctica 10.

Los fundamentos de comunicación en la atención al cliente del sector turístico

1. ¿Qué es la comunicación?
2. Claves del proceso comunicativo
3. Comunicación interpersonal, grupal y de masas
4. Aspectos a superar en la comunicación
5. Comunicación escrita, verbal y no verbal
6. Claves fundamentales para la conversación
7. Desarrollo de una escucha activa
8. Hacia la empatización en la atención al cliente
9. El método de la reformulación: Paráfrasis
10. Aplicación de la aceptación incondicional
11. La personalización
12. Tipos de confrontaciones

Unidad didáctica 11.

Gestión de llamadas en el departamento de recepción

1. Tareas básicas del recepcionista
2. Atención a las visitas
3. Instrucciones para el proceso de atención telefónica
4. Claves para la emisión de información
5. Pautas para las entrevistas

Unidad didáctica 12.

Property management system o sistemas de gestión hotelera

1. Definición
2. Funcionalidades
3. PMS más utilizados: Sihot, Opera, Sirrah, Millenium, Protel, Amadeus, Prestige...
4. Otros PMS

Unidad didáctica 13.

Diseño, sostenibilidad y accesibilidad de hoteles

1. Conceptos generales del diseño
2. Introducción al diseño de espacios
3. Fases del proceso de trabajo
4. Soluciones domóticas aplicadas a establecimientos hoteleros
5. Sostenibilidad para edificios: certificaciones LEED-BREEM-PASSIVHAUS
6. Accesibilidad Universal

Módulo 2.

Recursos humanos en el sector hotelero

Unidad didáctica 1.

Introducción

1. La importancia de RRHH en el sector hotelero
2. Empleo en el sector hotelero
3. Relaciones entre Recursos Humanos y la mejora de la calidad del sector hotelero
4. Diversidad de actores en el sector hotelero

Unidad didáctica 2.

La innovación en la organización

1. Adaptación de la organización a través del talento y la innovación
2. Los ingredientes de la innovación
3. Gestión de la innovación
4. Requisitos para la innovación
5. Caso de estudio voluntario: La innovación según Steve Jobs
6. Caso Helvex: el cambio continuo

Unidad didáctica 3.

Nuevos retos del departamento de recursos humanos

1. Wellbeing: el bienestar en el trabajo
2. El clima laboral y productividad 2.0
3. El empowerment o empoderamiento
4. De la ética empresarial a la responsabilidad social corporativa
5. La consultoría de Recursos Humanos
6. El responsable de Recursos Humanos como arquitecto de la estrategia

Unidad didáctica 4.

Dirección estratégica de rrhh

1. Conceptualización
2. Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
3. La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
4. Modelos de gestión estratégica de RRHH
5. Proceso de RRHH
6. Barreras a la RRHH

Unidad didáctica 5.

Motivación y gestión de la retribución

1. Motivación: concepto y principales teorías
2. Motivación Intrínseca Vs Extrínseca
3. Reconocimiento, recompensas y clima laboral
4. Salario: concepto y estructura
5. Políticas de retribución: concepto, elementos y beneficios
6. Diseño de políticas de retribución
7. Modelos de políticas de retribución

Unidad didáctica 6.

El liderazgo en el equipo

1. Liderazgo
2. Enfoques en la teoría del liderazgo
3. Estilos de liderazgo
4. El papel del líder

Unidad didáctica 7.

Técnicas para mejorar el funcionamiento de un equipo

1. Programa de entrenamiento
2. Técnicas de desarrollo en equipos

Unidad didáctica 8.

La dinámica de grupos

1. Definición
2. Aplicaciones a los distintos campos de la vida social
3. Técnicas de dinámicas de grupo
4. Normas generales para el uso de las técnicas de grupo
5. El papel del dinamizador

Módulo 3.

Marketing en empresas turísticas

Unidad didáctica 1.

Análisis del mercado turístico

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado turístico
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones

Unidad didáctica 2.

Elaboración del plan de marketing

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de marketing
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
5. El plan de promoción de ventas

Unidad didáctica 3.

Marketing y venta del producto turístico

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico
3. Distribución del producto turístico
4. Imagen y publicidad
5. Publicidad y marketing directo

Unidad didáctica 4.

Conceptualización del marketing digital

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

Unidad didáctica 5.

Formas del marketing en internet

1. Introducción
2. Formas del marketing online
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

Unidad didáctica 6.

Investigación comercial en marketing digital

1. Marketing digital vs Marketing tradicional
2. Investigación comercial en marketing digital
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Marketing estratégico en Internet

Módulo 4.

Branding y gestión de marca

Unidad didáctica 1.

¿qué es una marca? definición e integrantes

1. ¿Qué es una marca?
2. Personalidad y estructura de la marca

Unidad didáctica 2.

El proceso de creación de la marca

1. La planificación estratégica
2. Brand equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marca producto

Unidad didáctica 3.

La marca y su comunicación

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La presencia de la marca en el Medio Online
3. La imagen como comunicadora

Unidad didáctica 4.

Estrategias y gestión de marca

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management-identidad de marca 3.0
4. El storytelling
5. Branding content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones -cool hunting, detección de insight
8. El packaging como motivo de compra
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

Módulo 5.

Customer relationship management

Unidad didáctica 1.

El papel del crm en la empresa

1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
3. Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
4. Estructura de la organización del CRM

Unidad didáctica 2.

La estrategia crm

1. Definición de estrategia CRM
2. Las fuerzas del cambio
3. Orientación al cliente
4. Integración del CRM en nuestra estrategia online
5. Elementos de un programa CRM
6. Medición y análisis de resultados

Unidad didáctica 3.

El ecrm

1. eCRM como expansión de la estrategia CRM
2. Social CRM
3. Componentes del eCRM
4. Implantación del eCRM

Unidad didáctica 4.

Del crm al cem

1. Customer Relationship Management vs Customer Experience Management
2. La experiencia vista desde la parte interna de la empresa
3. La innovación en el CEM
4. Procesos colaborativos: Crossuser & Crowdsourcing
5. Impacto del CEM en la estrategia empresarial

Unidad didáctica 5.

Beneficios de una estrategia crm en la empresa

1. Lealtad y fidelidad de los clientes
2. Reducción del coste por adquirir clientes
3. Cross Selling (venta cruzada)
4. Up Selling (ventas añadidas)
5. Mayor eficacia y productividad comercial
6. Reducción de costes en comunicación
7. Inexistencia de duplicidades (en procesos y datos)
8. Conocimiento del mercado y de nuestro tarjet

Unidad didáctica 6.

Beneficios de una estrategia crm para el cliente

1. La empresa conoce las necesidades del cliente
2. Aumento en la satisfacción del cliente
3. Trato personalizado con el cliente
4. Cliente único en la base de datos
5. Mejora del servicio prestado al cliente

Unidad didáctica 7.

Áreas principales del crm

1. Servicio al cliente
2. La estructura del Call Center
3. Tipos de Call Center
4. La función del CRM para el Call Center
5. El sistema de automatización de ventas

Módulo 6.

Revenue management

Unidad didáctica 1. ¿qué es el revenue management?

1. Historia y orígenes del revenue management
2. El concepto de revenue management
3. Diferencias entre Yield Management y Revenue Management
4. El revenue manager en el organigrama de la empresa
5. Los ratios: RevPAR, TrevPAR, GOPPAR
6. Interpretación de ratios

Unidad didáctica 2. Benchmarking y análisis de la competencia

1. Concepto, importancia y etapas del Benchmarking
2. Clasificación de las técnicas benchmarking
3. Selección del grupo competitivo
4. Evaluación de nuestra competencia
5. Ventajas y desventajas

Unidad didáctica 3. Política de gestión de ventas

1. Up-selling
2. Cross-selling
3. Overbooking
4. Canales de distribución

Unidad didáctica 4. Forecasting y estrategias de revenue management

1. Concepto y aplicación del Forecasting
2. Análisis y gestión del valor de los clientes
3. El calendario de demanda
4. Plan estratégico

Unidad didáctica 5. Métrica y fijación de precios en revenue management

1. Medición de la eficacia del revenue management
2. Gestión de costes y precio
3. Criterios de distribución de costes
4. El pricing: fijación estratégica de precios
5. Aplicaciones informáticas del Revenue Management

Unidad didáctica 6. Aplicación práctica de la estrategia de revenue

1. Proceso de implantación de la estrategia de revenue
2. Seguimiento y reuniones de control del plan de Revenue
3. Herramientas y documentos necesarios

Módulo 7.

Gestión de calidad en hoteles

Unidad didáctica 1.

Fundamentos del concepto de calidad

1. Introducción al concepto de calidad
2. Definiciones de Calidad
3. El papel de la calidad en las organizaciones
4. Costes de calidad
5. Beneficios de un Sistema de Gestión de la Calidad

Unidad didáctica 2.

La gestión de la calidad: conceptos relacionados

1. Los tres niveles de la Calidad
2. Conceptos relacionados con la Gestión de la Calidad
3. Gestión por procesos
4. Diseño y planificación de la Calidad
5. El Benchmarking y la Gestión de la Calidad
6. La reingeniería de procesos

Unidad didáctica 3.

Principios clave de un sistema de gestión de la calidad

1. Introducción a los principios básicos del Sistema de Gestión de la Calidad
2. Enfoque al cliente
3. Liderazgo
4. PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL
5. Enfoque basado en procesos
6. Mejora
7. Toma de decisiones basadas en la evidencia
8. Gestión de las relaciones

Unidad didáctica 4.

Herramientas básicas del sistema de gestión de la calidad

1. Ciclo PDCA (Plan/Do/Check/Act)
2. Tormenta de ideas
3. Diagrama Causa-Efecto
4. Diagrama de Pareto
5. Histograma de frecuencias
6. Modelos ISAMA para la mejora de procesos
7. Equipos de mejora
8. Círculos de Control de Calidad
9. El orden y la limpieza: las 5S
10. Seis SIGMA

Unidad didáctica 5.

Sistema de gestión de la calidad introducción a la iso 9001:2015

1. Las normas ISO 9000 y 9001
2. Introducción al contenido de la UNE-EN ISO 9001:2015
3. La norma ISO 9001:2015 Requisitos

Unidad didáctica 6.

Implantación de un sistema de gestión de la calidad

1. Documentación de un SGC
2. Hitos en la implantación de un SGC
3. Etapas en el desarrollo, implantación y certificación de un SGC
4. Metodología y puntos críticos de la implantación
5. El análisis DAFO
6. El proceso de acreditación
7. Pasos para integrar a los colaboradores del Sistema de Gestión de la Calidad en la empresa
8. Factores clave para llevar a cabo una buena gestión de la calidad

Unidad didáctica 7.

Otros sistemas de calidad en hoteles

1. Normas de Calidad Turística Española (Q)
2. Iniciativas de Calidad Turística en las CCAA
3. El modelo SERVQUAL aplicado a empresas turísticas
4. Hotelqual: medidor de la Calidad del Servicio en Hoteles
5. Otros medidores de calidad: Tripadvisor, Trivago Mystery Guest
6. Convalidación con el reconocimiento de EQM
7. El nuevo enfoque de evaluación de la EFQ

Unidad didáctica 8.

Aplicaciones prácticas del modelo efqm

1. La importancia del cuestionario de autoevaluación
2. Herramienta de Guía y Soporte a la Metodología de Autoevaluación

Módulo 8.

Gestión medioambiental, rsc y normativa de prl en la empresa turística

Unidad didáctica 1.

La gestión medioambiental

1. Introducción a la gestión medioambiental
2. ¿Qué es la Gestión Medioambiental?
3. Opciones para implantar un SGMA

Unidad didáctica 2.

Sensibilización por qué y para qué de la gestión medioambiental

1. Razones para implantar en una empresa SGMA
2. Beneficios de la implantación de un SGMA

Unidad didáctica 3.

Fases para la implantación de un sistema de gestión ambiental

1. Preparación
2. Planificación
3. Evaluación Medioambiental Inicial
4. Preparativos para la certificación
5. El proceso de Certificación
6. Mejora ambiental continua

Unidad didáctica 4.

La sostenibilidad empresarial y la rsc

1. La responsabilidad social corporativa
2. Ética y RSC
3. El nuevo modelo de empresa
4. La evolución de la RSC
5. Características básicas de la RSC
6. La RSC en las PYMES
7. La actualidad de la RSC en España

Unidad didáctica 5.

Los nuevos modelos empresariales: sostenibilidad y responsabilidad

1. Filosofía de la Empresa Socialmente Responsable
2. Características de la Empresa Socialmente Responsable
3. La Generación de Valor en la empresa

Unidad didáctica 6.

Gestión y administración de empresas socialmente responsables

1. La Dirección Empresas Responsables
2. La Gestión Empresarial basada en el Gobierno Corporativo
3. Ética y Códigos de Conducta en la Acción Directiva
4. Las Auditorías de Responsabilidad Social Corporativa
5. Diseño de un modelo de RSC

Unidad didáctica 7.

Prl en el sector hotelero

1. Conceptos generales en prevención de riesgos en el trabajo
2. Especificaciones del sector hostelero en la PRL
3. Fundamentos legales del sector hostelero en la PRL
4. Tipos de riesgos y formas de prevención
5. Riesgos psicosociales en el sector hostelero
6. Mobbing: prevención e intervención
7. El estrés laboral y burnout: prevención e intervención

Módulo 9.

Gestión y auditoría en protección de datos en empresas turísticas

Unidad didáctica 1.

Protección de datos: contexto normativo

1. Normativa General de Protección de Datos
2. Privacidad y protección de datos en el panorama internacional
3. La Protección de Datos en Europa
4. La Protección de Datos en España
5. Estándares y buenas prácticas

Unidad didáctica 2.

Reglamento europeo de protección de datos (rgpd) fundamentos

1. El Reglamento UE 2016/679
2. Ámbito de aplicación del RGPD
3. Definiciones
4. Sujetos obligados
5. Ejercicio Resuelto Ámbito de Aplicación

Unidad didáctica 3.

Normativas sectoriales afectadas por la protección de datos

1. Normativas sectoriales sobre Protección de Datos
2. Sanitaria, Farmacéutica, Investigación
3. Protección de los menores
4. Solvencia Patrimonial
5. Telecomunicaciones
6. Videovigilancia
7. Seguros, Publicidad y otros

Unidad didáctica 4.

Principios de la protección de datos

1. El binomio derecho/deber en la protección de datos
2. Licitud del tratamiento de los datos
3. Lealtad y transparencia
4. Finalidad del tratamiento de los datos: la limitación
5. Minimización de datos
6. Exactitud y Conservación de los datos personales

Unidad didáctica 5.

Legitimación para el tratamiento de los datos personales en el rgpd

1. El consentimiento del interesado en la protección de datos personales
2. El consentimiento: otorgamiento y revocación
3. El consentimiento informado: finalidad, transparencia, conservación, información y deber de comunicación al interesado
4. Eliminación del Consentimiento tácito en el RGPD
5. Consentimiento de los niños
6. Categorías especiales de datos
7. Datos relativos a infracciones y condenas penales
8. Tratamiento que no requiere identificación
9. Bases jurídicas distintas del consentimiento

Unidad didáctica 6.

Derechos de los ciudadanos en la protección de sus datos personales

1. Derechos de las personas respecto a sus Datos Personales
2. Transparencia e Información
3. Acceso, Rectificación, Supresión (Olvido)
4. Oposición
5. Decisiones individuales automatizadas
6. Portabilidad de los Datos
7. Limitación del tratamiento
8. Excepciones a los derechos
9. Casos específicos
10. Ejercicio resuelto Ejercicio de Derechos por los Ciudadanos

Unidad didáctica 7.

Protección de datos de carácter personal: medidas de cumplimiento en el rgpd

1. Las políticas de Protección de Datos
2. Posición jurídica de los intervinientes Responsables, corresponsables, Encargados, subencargado del Tratamiento y sus representantes Relaciones entre ellos y formalización
3. El Registro de Actividades de Tratamiento: identificación y clasificación del tratamiento de datos

Unidad didáctica 8.

La responsabilidad proactiva

1. El Principio de Responsabilidad Proactiva
2. Privacidad desde el Diseño y por Defecto Principios fundamentales
3. Evaluación de Impacto relativa a la Protección de Datos (EIPD) y consulta previa Los Tratamientos de Alto Riesgo
4. Seguridad de los datos personales Seguridad técnica y organizativa
5. Las Violaciones de la Seguridad Notificación de Violaciones de Seguridad
6. El Delegado de Protección de Datos (DPD) Marco normativo
7. Códigos de conducta y certificaciones

Unidad didáctica 9.

El delegado de protección de datos (dpd, dpo o data privacy officer)

1. El Delegado de Protección de Datos (DPD)
2. Designación Proceso de toma de decisión Formalidades en el nombramiento, renovación y cese Análisis de conflicto de intereses
3. Ejercicio de funciones: Obligaciones y responsabilidades Independencia Identificación y reporte a dirección
4. El DPD en el desarrollo de Sistemas de Información
5. Procedimientos Colaboración, autorizaciones previas, relación con los interesados y gestión de reclamaciones
6. Comunicación con la Autoridad de Protección de Datos
7. Competencia profesional Negociación Comunicación Presupuestos
8. Capacitación y Desempeño del DPO: Formación, Habilidades personales, Trabajo en equipo, Liderazgo, Gestión de equipos

Unidad didáctica 10.

Evaluación de impacto de protección de datos "eipd"

1. Introducción y fundamentos de las EIPD: Origen, concepto y características de las EIPD Alcance y necesidad Estándares
2. Realización de una Evaluación de Impacto Aspectos preparatorios y organizativos, análisis de la necesidad de llevar a cabo la evaluación y consultas previas

Unidad didáctica 11.

La auditoría de protección de datos

1. La Auditoría de Protección de Datos
2. El Proceso de Auditoría Cuestiones generales y aproximación a la Auditoría Características básicas de la Auditoría
3. Elaboración del Informe de Auditoría Aspectos básicos e importancia del Informe de Auditoría
4. Ejecución y seguimiento de Acciones Correctoras

Unidad didáctica 12.

Auditoría de sistemas de información

1. La función de la Auditoría en los Sistemas de Información Conceptos básicos Estándares y Directrices de Auditoría de SI
2. Control interno y mejora continua Buenas prácticas Integración de la auditoría de protección de datos en la auditoría de SI
3. Planificación, ejecución y seguimiento

Unidad didáctica 13.

La gestión de la seguridad de los tratamientos

1. Esquema Nacional de Seguridad, ISO/IEC : (Actualización a la norma UNE-EN ISO/IEC : Requisitos de sistemas de Gestión de Seguridad de la Información, SGSI)
2. Gestión de la Seguridad de los Activos Seguridad lógica y en los procedimientos Seguridad aplicada a las TI y a la documentación
3. Recuperación de desastres y continuidad del Negocio Protección de activos técnicos y documentales Planificación y gestión de la Recuperación de Desastres

Anexos documentos de seguridad.

1. Anexo I: Plantilla de análisis de la necesidad de la realización de una EIPD
2. Anexo II: Plantilla de descripción de las actividades de tratamiento
3. Anexo III: Plantilla para documentar el análisis básico de riesgos
4. Anexo IV: Plantilla de registro de actividades de tratamiento (Responsable de tratamiento)
5. Anexo V: Plantilla de registro de actividades de tratamiento (Encargado de tratamiento)

Módulo 10.

Proyecto final

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Comunidad

Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.





SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

Beca desempleo

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

Beca emprende

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

Beca alumnos

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Masters Profesionales

Master en Revenue Management y Dirección de Hoteles
+ 8 Créditos ECTS

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.