

**PSuperior**

**M A D R I D**  
FEBRERO-JULIO 2012

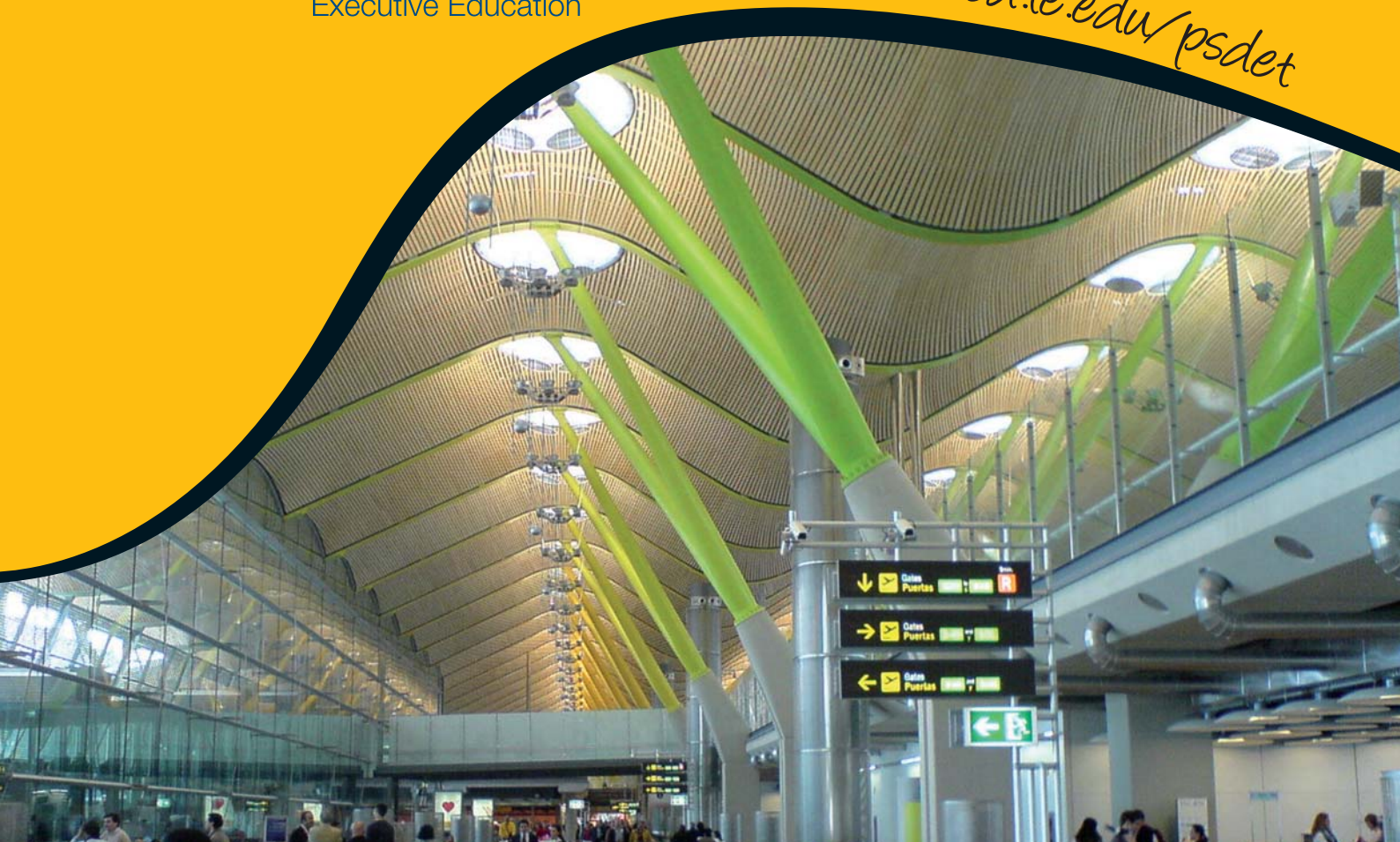
I Edición

# Dirección de Empresas Turísticas

Formato Blended (presencial-online)



*[www.execed.ie.edu/psdet](http://www.execed.ie.edu/psdet)*





## Bienvenido a IE Business School

IE Business School es una comunidad de negocios de carácter privado, independiente y plural, fundada en 1973 por un grupo de profesionales y académicos de reconocido prestigio, muchos de los cuales componen hoy su Consejo Rector.



La labor de IE Business School se centra en la formación empresarial, jurídica y fiscal de los cuadros directivos de la comunidad empresarial, el fomento de riqueza colectiva a través de un apoyo constante a la creación de nuevas empresas y la actuación como foro de opinión de nuevas tendencias y acontecimientos dentro del mundo de los negocios.



IE Business School ha obtenido el reconocimiento de la comunidad internacional de negocios y se ha posicionado como uno de los líderes entre las grandes Escuelas de Negocios del mundo. Entre los factores que han permitido alcanzar la actual posición de liderazgo se encuentran el alto nivel del claustro docente, el alto grado de exigencia de los programas académicos, un proceso de selección y admisión riguroso y competitivo y el marcado carácter internacional que se refleja en el contenido de los programas académicos de IE Business School.



Nuestro compromiso con la excelencia ha sido reconocido por las tres organizaciones más prestigiosas de acreditación internacional, mediante un riguroso proceso de auditoría externa: AMBA (Association of MBAs), AACSB International (The Association to Advance Collegiate Schools of Business) y EFMD-EQUIS (European Quality Improvement Systems).

## Executive Education

IE Business School, a través de sus programas de Executive Education, ofrece soluciones innovadoras a directivos de empresas de todo el mundo. Nuestro enfoque desarrolla la visión, habilidades y capacidades de gestión necesarias para afrontar con éxito los retos a los que se enfrentan las organizaciones actuales.



El modelo de formación de nuestra Escuela impulsa el desarrollo profesional, personal e intelectual dentro de un marco global que refuerza la perspectiva internacional de los participantes.

EXECUTIVE EDUCATION	MBA	ONLINE
<p><b>AMÉRICA ECONOMÍA</b> Noviembre 2010 4ª posición mundial, 1ª de Europa</p> <p><b>BUSINESS WEEK</b> Noviembre 2009 1ª Europa y 6ª del mundo</p> <p><b>FINANCIAL TIMES</b> Mayo 2010 13ª del mundo</p>	<p><b>FINANCIAL TIMES</b> Enero 2011 8ª del mundo, 3ª de Europa y 1ª española</p> <p><b>THE WALL STREET JOURNAL</b> Septiembre 2009 1ª del mundo</p> <p><b>FORBES</b> Agosto 2009 3ª del mundo</p>	<p><b>THE ECONOMIST</b> Febrero 2010 1ª posición del mundo.</p> <p>Distance Learning International Executive MBA Ranking</p>
		<b>EUROPEAN BUSINESS SCHOOLS</b>
		<p><b>FINANCIAL TIMES</b> Diciembre 2010 5ª de Europa</p>



Programa Superior

I Edición

# Dirección de Empresas Turísticas



**Antonio López de Ávila**  
Director Académico

La industria del turismo sigue siendo la de mayor crecimiento y la que más empleo genera en el mundo. Sin embargo, vive momentos de incertidumbre en los cuales los requerimientos para los directivos del sector se acentúan. El directivo de hoy no sólo debe ser capaz de mostrar unos excelentes resultados en su gestión, sino que debe ser capaz de diseñar estrategias creativas e innovadoras que permitan a su empresa superar esa incertidumbre y ganar ventaja competitiva en el sector.

En momentos como estos es cuando se hace más necesario para el directivo contar con profundos conocimientos de las herramientas que conforman el “arte” de la dirección de empresas. A través de este Programa Superior en Dirección de Empresas Turísticas obtendrás la necesaria visión 360° del modelo de negocio de todas las empresas del sector (hotelería, compañías aéreas, destinos, agencias de viaje -tanto online como offline-, la gestión del canal, etc.), así como el conocimiento de las últimas herramientas de gestión y aplicación práctica de las nuevas tecnologías, tanto en la operativa como en el marketing y posicionamiento de nuestras empresas.

Para cubrir esta necesidad, IE Business School, avalado por más de 30 años formando a los mejores profesionales, ofrece a los directivos del sector turístico internacional su **Programa Superior en Dirección de Empresas Turísticas**. Un programa “blended” (presencial/online) que ofrece la máxima flexibilidad de horarios, necesario para un directivo en constante movimiento.

Embarcarse en este programa supondrá un gran esfuerzo personal, pero te animamos a plantearte este reto y quedamos a tu disposición para clarificar cualquier duda que pudiera surgirte en tu proceso de decisión.



# Objetivos y Beneficios

El **Programa Superior en Dirección de Empresas Turísticas** ofrece una oportunidad única para que los profesionales del sector desarrollen sus capacidades individuales como directivos, adquieran un dominio de las herramientas de dirección y perfeccionen sus conocimientos de gestión del negocio turístico.

El Programa dota a los alumnos de un sólido conocimiento de las técnicas más innovadoras de gestión empresarial aplicadas al sector turístico, con un especial énfasis en las nuevas tecnologías, así como en el desarrollo de las habilidades directivas que cada vez son más el factor diferencial de los profesionales que triunfan.

Su formato “blended”, combinando periodos de formación presencial y on line, permite su seguimiento sin necesidad de que los participantes deban abandonar por un espacio prolongado de tiempo o con mucha asiduidad su lugar de residencia profesional.

Entre otras, las capacidades y habilidades que adquieren los alumnos del **Programa Superior en Dirección de Empresas Turísticas** son:

- Desarrollo de un pensamiento estratégico global que permita entender las distintas áreas funcionales, así como el entorno geográfico y sectorial en el que se compete.
- Conocimiento profundo de las distintas áreas de la empresa turística y las herramientas de gestión específicas para cada una de ellas.
- Capacidad para tomar decisiones derivadas de la problemática diaria de la empresa o de los nuevos retos que se le planteen en entornos cambiantes y complejos.
- Desarrollo del conocimiento y de las claves estratégicas de la gestión de los subsectores que componen el sector turístico.
- Contacto con los líderes de la industria en actividades como: gestión hotelera, gestión del ocio, gestión del transporte, gestión del canal, gestión de real estate, gestión de restauración o gestión de destinos.
- Habilidad para adaptarse al trabajo en equipos integrados por personas de muy diversas procedencias geográficas, profesionales, académicas y culturales.
- Habilidad para alcanzar un alto grado de eficiencia organizativa en el desarrollo de proyectos multidisciplinares llevados a cabo por personas localizadas en diferentes entornos.
- Desarrollo y crecimiento personal en habilidades clave para el directivo actual.
- Utilización de las nuevas tecnologías en la gestión y en la toma de decisiones empresariales.



## A quién va dirigido

El **Programa Superior en Dirección de Empresas Turísticas** va dirigido a todos aquellos **profesionales del sector turístico y de ocio** cuyo objetivo es prepararse para acceder a corto plazo a puestos de dirección general, así como a **propietarios de compañías turísticas** que por motivos personales o profesionales no pueden ausentarse de forma reiterada de su puesto de trabajo o se ven obligados a viajar con mucha frecuencia.

# Metodología

La dispersión geográfica de los negocios turísticos obliga a los directivos del sector a continuos viajes que hacen difícil el seguimiento de un programa convencional. Por ello, en el **Programa Superior en Dirección de Empresas Turísticas** se combina la formación presencial, con la formación online.

Este formato dota al programa de una gran flexibilidad, resultando idóneo para aquellos profesionales que no pueden comprometerse con un horario regular de asistencia a clases presenciales, que viajan a menudo o que desean conciliar sus estudios con su vida familiar y profesional.

## Periodos presenciales

Los periodos presenciales tendrán lugar en los meses de Febrero y Julio. El horario de clases durante estos periodos es de 9:00 a 19:30 h entre semana y de 9:00 a 14:00 h los sábados. Este horario compagina horas lectivas con sesiones de trabajo en grupo, que permiten la discusión y el análisis de los casos entre los alumnos. Estos periodos presenciales tendrán lugar en Madrid.

- La primera semana presencial comienza el **jueves 2 de febrero** y termina el **sábado 11 de febrero** de 2012, siendo el día 2 de febrero la inauguración. **El horario es de 9.00 horas a 19.30 horas de lunes a viernes y el sábado de 9.00 a 14.00 horas.**
- La segunda semana presencial coincidirá con la finalización del programa y se desarrollará del **5 al 14 de julio de 2012**, en el mismo horario que la anterior.

## Periodos online

Pioneros en la impartición de formación online de alta calidad, el IE Business School desarrolla programas bajo este formato desde el año 2001, contando en la actualidad con 10 master online.

La formación online se imparte desde el Campus Online de IE Business School, que ofrece dos grandes ventajas: la flexibilidad temporal y geográfica.

Esta Plataforma Tecnológica es el punto de encuentro de profesores y alumnos durante los periodos no presenciales. En ella encontrarán una cuidada planificación de las actividades formativas programadas, el espacio privado para el trabajo en equipo y las salas para el debate durante las clases. La interacción con profesores, compañeros y la dirección del Programa a lo largo de estos periodos es continua.

Las sesiones online serán 52 y se desarrollarán en formato de foros y videoconferencias.

Habrán 34 foros que comenzarán los martes y terminarán los viernes. Durante ese tiempo el alumno podrá conectarse a cualquier hora del día. Además habrá 18 videoconferencias, que serán en tiempo real, todos los lunes de 19,00 a 20,30 horas, excepto en aquellas fechas con que coincida en festivo en España.

## Conferencias-coloquio

En determinadas ocasiones y con el fin de enriquecer en mayor medida la formación y el contacto con la realidad del sector, la dirección del programa organizará una serie de encuentros con líderes del sector turístico. Directivos clave de empresas turísticas líderes compartirán con los estudiantes sus estrategias, puntos de vista, análisis sectoriales, etc. Estas conferencias se podrán realizar de manera presencial o por videoconferencia.





# Contenido del Programa

## Módulo 1. Gestión

### Entorno Económico

Se pretende tomar contacto con la realidad económica y familiarizarse con las principales herramientas de análisis. Con ese objetivo, se estudia la evolución de los principales indicadores, variables y las distintas políticas económicas, su significado desde la óptica empresarial y su influencia en las estrategias de las empresas turísticas.

### Dirección Estratégica

En este curso se presentan los conceptos y técnicas fundamentales del análisis estratégico, tanto externo como interno, incluyendo el análisis sectorial, los recursos y habilidades clave y la formulación de la estrategia a nivel de unidad de negocios. Asimismo, se estudian los aspectos clave de la estrategia corporativa y la diversificación, siempre desde el enfoque integrador y multidisciplinario de la dirección de la empresa.

Se profundiza sobre los procesos de implantación de la estrategia, haciendo especial énfasis en el sector turístico. En particular, se abordarán los temas relacionados con la estructura organizativa, los sistemas de control estratégico, la cultura corporativa, la gestión del cambio y los procesos de internacionalización.

### Dirección de Marketing

Se presentan los principios esenciales del Marketing, sus funciones y herramientas y su relevancia dentro del sector de empresas turísticas. Básicamente, los temas a tratar son: los instrumentos y criterios para la selección de mercados, la planificación y desarrollo de productos y servicios, la política de distribución y precio y la política de comunicación comercial. Este “mix de marketing” se estudiará de manera orgánica, de forma que se favorezca su visión como proceso y la necesidad de integración entre sí de las variables que lo componen, par poder desarrollar las estrategias y planes de marketing centrándose en empresas del sector turístico.

### Dirección Financiera

Las empresas del sector turístico suelen tener fuertes requerimientos de capital y financiación. En este área se estudia cómo obtener y gestionar los recursos financieros al menor coste posible, para emplearlos en las alternativas de inversión que proporcionen la mayor estabilidad económica y estratégica, teniendo en cuenta los riesgos que se

asumen en cada caso. Para conseguir este propósito es necesario conocer en profundidad las siguientes cuestiones: Análisis financiero, Planificación financiera acorto plazo, Análisis de inversiones, Coste del capital, Estructura y estrategias de financiación y Mercados financieros.

### Contabilidad y Control de Gestión

El curso introduce los conceptos básicos de la contabilidad de gestión para la toma de decisiones interna. También se estudian los sistemas de asignación y de control de costes haciendo énfasis en el sistema de costes ABC. El Control de Gestión se configura como el sistema básico que permite a la alta dirección guiar las actividades de una empresa hacia la consecución de los objetivos previamente establecidos, con el aprovechamiento óptimo de los recursos. El objetivo del curso es desarrollar y analizar los distintos procesos que se producen en control a través del análisis de casos reales en empresas turísticas de diversos sectores.

### Dirección de Recursos Humanos

Las empresas turísticas están comenzando a plantearse la necesidad de generar resultados competitivos que permitan obtener resultados extraordinarios a partir del trabajo global de todos sus empleados, tengan éstos desempeños extraordinarios o no. Desde esta perspectiva, el objetivo de la Dirección de Recursos Humanos no enfatiza en los detalles técnicos de cada una de las políticas de Recursos Humanos que actualmente se implantan en las organizaciones, sino más bien contemplarlas desde un enfoque sistémico, de gestión global, reflexionando sobre sus aspectos críticos y analizando cuál es la contribución necesaria de las personas a la generación de ventaja competitiva en las empresas, cómo es posible impulsar estos tipos de contribuciones desde la Dirección de Recursos Humanos y cómo adaptarlos a la singularidad de la empresa turística.

### Dirección de Operaciones

Uno de los avances más significativos en la dirección de las empresas y especialmente en la gestión de empresas del sector turístico, viene del análisis de la gestión de las operaciones. La selección de los procesos y su implantación son dos de las decisiones más críticas en cualquier organización. Estas decisiones determinan en gran medida la capacidad de la organización para alcanzar una posición competitiva sostenible. La dirección de operaciones se encarga de las decisiones relacionadas con la gestión de los procesos que crean valor para los clientes externos

e internos de la empresa. Estos procesos incluyen: la innovación, el diseño de productos y servicios, la logística integrada, la gestión de la capacidad y la programación de recursos, la aplicación de tecnologías de información para mejorar la eficiencia logrando una mayor satisfacción del cliente y la reducción de costes, etc.

## Módulo 2. Especialización

### e-Commerce en Turismo

En muy pocos años, Internet ha provocado una gran transformación en la forma en que se hacen los negocios turísticos y se ha traducido de forma inmediata en un aspecto central de la industria turística: ¿venta directa o intermediación? El curso pretende ayudar al directivo a decidir la forma en que su empresa turística está en la red. Esta decisión se ha convertido en un dilema estratégico de primer orden, ya que afecta extraordinariamente tanto a sus clientes como a los intermediarios actuales del sector.

### Luxury Brand Management

La gestión del segmento del lujo se está convirtiendo en un must a tener dentro del sector turístico. Cada vez más sectores de consumo como la hotelería, restauración o algunas líneas áreas están desarrollando estrategias de subida hacia la gama alta y requieren de los conocimientos necesarios para incrementar y gestionar el prestigio. Cómo crear una marca de lujo y como hacer que perdure en el tiempo. Dirigirse a una clientela dispar tanto cultural, como social y económicamente. Conciliar valores tradicionales con innovación y nuevas tecnologías. Detectar las necesidades de los consumidores y anticipar tendencias... Son algunos de los retos que se analizarán en este curso.

### Service Management

Se centra en la coordinación necesaria que se debe desarrollar entre los procesos y la prestación del servicio final al cliente en las empresas de servicios, especialmente en las del sector del turismo y el ocio. Un sector cuyo servicio se fundamenta en gran parte en la percepción del servicio prestado por parte del cliente. El objetivo de esta asignatura es presentar un enfoque diferente de la gestión de la experiencia del cliente, Customer Experience, fundamentado en la integración de conceptos actuales de distintas disciplinas alrededor del eje Clientes-Procesos-Personas-Innovación.

### Dirección de Sistemas de Información y CRM

Se centra tanto en los aspectos estratégicos como en los operativos del uso de la información en la empresa (CRM, programas de fidelización, etc.).

Las empresas del sector turístico tienden a manejar grandes cantidades de información de sus clientes, pero a menudo no son capaces de procesarla y analizarla de una forma provechosa. Los directivos de una empresa tienen que saber qué información es relevante para la toma de decisiones, cómo dirigir y gestionar este recurso y qué posibilidades ofrecen las Tecnologías de la Información.

### Sistemas de Yield y Revenue Management

Los sistemas de Yield y Revenue Management buscan conseguir la máxima rentabilidad de una instalación turística aplicando técnicas de previsión de la demanda y distintas tarifas en función de niveles de ocupación. Este tipo de herramientas se han convertido en un elemento fundamental de la gestión de la ocupación y por tanto el directivo del sector debe conocer su funcionamiento y su aplicación para la mejora de resultados.

### Gestión Medioambiental

La actividad del sector turístico tiene efectos sobre su entorno natural que deben adaptarse al concepto del desarrollo sostenible. El enfoque del curso de Sostenibilidad será plantear el desarrollo corporativo sostenible como una oportunidad de diferenciación y creación de ventajas competitivas y no como un coste. Los contenidos a desarrollar van desde el análisis de la responsabilidad legal de la empresa en materia medioambiental, hasta el efecto de la gestión sostenible en las distintas áreas funcionales de la empresa.

### Gestión Hotelera

La gestión hotelera constituye uno de los elementos centrales del sector turístico. El curso de gestión hotelera se centra en analizar los fundamentos del negocio hotelero; algunos de los tópicos que cubrirá el curso son: el análisis de los segmentos (vacacional – urbano / negocios), análisis de viabilidad de proyectos hoteleros, planificación y diseño, posicionamiento y gestión de la operación hotelera, relaciones con el canal de venta, satisfacción y fidelización de clientes. El objetivo final del curso es que los directivos del sector turístico sean capaces de generar estrategias que creen valor para sus compañías y que sean difícilmente imitables por sus competidores.

### Gestión del Transporte y Canal

El transporte supone el elemento conector entre el cliente y el destino turístico, por ello, la gestión del transporte supone un área clave dentro del sector turístico. El curso proporcionará al alumno acceso a los elementos de análisis sectorial internacional del transporte de viajeros; tendencias en el transporte internacional; elementos clave de gestión de compañías de transporte de viajeros; y relaciones entre las empresas de transporte, los intermediarios, los nuevos canales de venta y los clientes finales.

# Contenido del Programa

A pesar de las nuevas tecnologías y de los profundos cambios que se han operado en la intermediación turística, el hecho es que la gran mayoría de las ventas del sector continúan haciéndose a través de intermediarios. Estos intermediarios incluyen por supuesto agencias de viajes, touroperadores, centrales de reservas, GDSs, etc. La gestión de este tipo de empresas se aborda en este curso cuyo objetivo es la búsqueda de las claves del éxito en la gestión de la intermediación turística.

## Gestión de Real Estate

Los proyectos turísticos frecuentemente implican fuertes inversiones en desarrollo inmobiliario, por ello, la gestión del real estate se ha convertido en un pilar fundamental en la dirección de empresas turísticas. El directivo del sector turístico debe ser capaz de identificar las tendencias actuales en la gestión de proyectos inmobiliarios de turismo y ocio, analizar las distintas alternativas de propiedad y financiación de inmuebles y conocer las claves del diseño y la rentabilización de los espacios turísticos y de ocio.

## Gestión de Ocio y de Destinos Turísticos

El disfrute del ocio es el elemento motivador de la existencia de toda la industria turística. El curso de gestión del ocio pretende en primer lugar mostrar las tendencias en el disfrute del ocio y las propuestas más atractivas para el consumidor, para centrarse posteriormente en la gestión de subsectores como son: parques temáticos, resorts, ecoturismo, turismo deportivo, etc.

Por otra parte, en el contexto competitivo del turismo internacional el destino se ha convertido en un producto en sí mismo, que compite con “productos” similares. Frecuentemente la primera decisión del cliente es ¿a dónde viajar? y después viene el ¿cómo hacer el viaje? El curso de gestión de destinos analiza esta problemática y plantea las claves para la diferenciación de los destinos turísticos, utilizando para ello tanto herramientas dirigidas al consumidor final, como herramientas dirigidas al canal y otros “prescriptores” turísticos.

## Gestión de Restauración

La gestión de restauración es otro de los elementos centrales de la oferta turística. El curso comprende una introducción al mercado de la restauración, claves para la gestión exitosa de la restauración en el contexto de una operación turística, herramientas tanto tácticas como estratégicas para análisis del mercado, planificación de menús, posicionamiento en precios, gestión de compras, training, y servicio al cliente.

## Gestión Emprendedora

Uno de los objetivos del Programa Superior en Dirección de Empresas Turísticas es intentar desarrollar el espíritu emprendedor del directivo, entendido éste como la iniciativa desde crear nuevos productos negocios o modelos de negocio en su empresa hasta la creación de una nueva compañía. El objetivo del curso de creación de empresas es analizar la problemática concreta de la puesta en marcha de proyectos empresariales desde la idea de negocio hasta su implementación final, analizando las posibles fuentes de obtención de ideas de negocio y estudiando la aplicación de las herramientas de gestión empresarial en nuevas empresas.

## Módulo 3. Habilidades Directivas

El directivo de hoy se enfrenta a un entorno que exige no sólo un alto conocimiento de las herramientas de gestión, sino también tener desarrolladas habilidades y competencias personales que ayuden en la misma. Las habilidades clave analizadas en este módulo son:

- Habilidades individuales: liderazgo, inteligencia emocional, innovación, creatividad, pensamiento analítico, autoeficiencia o gestión del tiempo.
- Habilidades interpersonales: trabajo en equipo, coaching o negociación.

El programa dedica talleres y seminarios a lo largo de los dos periodos presenciales al desarrollo de estas competencias claves para el directivo de hoy.

## Módulo 4. Proyecto Final

El proyecto es una oportunidad única de integrar en un proyecto real todos los conocimientos adquiridos a lo largo del curso. Los alumnos propondrán un proyecto turístico real, su propio proyecto. Este proyecto será un plan de negocio completo, incluyendo las fórmulas de financiación del proyecto, el posicionamiento estratégico, el plan de marketing y comercialización, la gestión de las operaciones, la gestión de los recursos humanos, los elementos de control y las herramientas de gestión que se consideren más adecuadas para asegurar la viabilidad del proyecto.



# Claustro del Programa

**BARRA, Albert.** Master in Business Administration (MBA), Stanford University, California, USA. BS Hospitality Management, University of Puerto Rico, USA. TEAT, Escola de Turisme de Barcelona, Spain. CEO, Hoteljuice.com. Professor of Information Technologies and Systems and CRM in Tourism.

**BOMBÍN, Virginia.** MBA, IE Business School. Bachelor in Business Administration, Universidad Europea, Madrid-Bruselas. Empresaria. Profesora de Dirección Financiera.

**CAMPUZANO, Susana.** Máster en Dirección Comercial y Marketing, IE Business School. Licenciada en Geografía e Historia por la UCM, con la especialidad de Historia del Arte. Ha sido Directora de Formación y Promociones y Directora de Marketing en CHANEL, Directora de Marketing y Comunicación para VALUE RETAIL y Business Director de DTC, (DIAMOND TRADING COMPANY). Actualmente es Socia Directora de LUXURY ADVISE. Autora del Libro “El Universo del lujo. Una visión global y estratégica para profesionales y amantes del Lujo”. Profesora de Luxury Brand Management.

**CARRILLO, Javier.** Doctor en Economía, Universidad de Alcalá. MBA con Honores, IE Business School. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alcalá. Director Ejecutivo del Centre for Eco-Intelligent Management, IE Business School. Director del Área de Entorno Económico. Profesor de Entorno Económico.

**CARRILLO DE ALBORNOZ, Álvaro.** Executive MBA, IE Business School. Ingeniero Aeronáutico, Universidad Politécnica de Madrid. Director de la Plataforma Tecnológica del Turismo - THINKTUR. Director General del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH). Profesor Asociado en el Área de Estrategia, IE Business School.

**CATALÁ, Francisco.** Máster en Dirección Financiera, IE Business School. Máster en Dirección de RRHH, Fundación Sagardoy. Licenciado en Empresariales y Derecho por ICADE. Actualmente es Senior Vice President Human Resources en NH hoteles. Profesor de Dirección de Recursos Humanos.

**COSTA, MIGUEL.** International MBA, IE Business School. Diploma in Business Marketing Strategy, Kellogg School of Management, Northwestern University (Chicago, USA). Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia. Director de Marketing de la IE University. Consultor y Consejero de varias empresas de Marketing y Comunicación. Profesor de Marketing.

**DIAZ, Ángel.** Programa Superior en Gestión Inmobiliaria, IE Business School. MBA, IESE. Master in Tourism Administration, ESADE. Presidente de Advanced Leisure Services, ALS. Miembro del Consejo Asesor Internacional, Fundación Metrópoli. Profesor de Gestión de Ocio y Destinos.

**DUARTE, Sergio.** Master en Economía y Dirección de Empresas, Instituto de Estudios Superiores de la Empresa. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad CEU San Pablo. Socio de Transforma (ISA Group). Profesor del Master de Calidad en la UPC (Universitat Politècnica de Catalunya). Profesor de Service Management.

**ERBURU, Carlos.** Executive Master en Dirección de Empresas Turísticas, IE Business School. Bachelor in Business Administration, Les Roches - Swiss Hotel Management School. Director de Gerbers Bars España, Gerbers Group. Director A&B, Hotel ME Madrid. Profesor de Gestión de Restauración.

**ESCOBAR, Daisy.** Doctoranda en Dirección de Empresas, Universidad Complutense de Madrid. Master en Economía y Dirección de Empresas, IESE. International Teachers Program, Leonard N. Stern School of Business, Universidad de Nueva York. Ingeniera Industrial por la Universidad de los Andes

(Bogotá, Colombia). Directora del Área de Dirección de Operaciones y Tecnología. Profesora del Área de Operaciones.

**ESTALELLA, Ramón.** Executive MBA, IE Business School. Licenciado en Derecho y Diplomado en Asesoría Fiscal, Universidad San Pablo CEU, Madrid. Miembro Consejo de Turismo y de Medio Ambiente, Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). Consejero, HOTREC (Hotel and Restaurants in Europe). Secretario General, Instituto Tecnológico Hotelero. Secretario General, Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Profesor de Gestión Medioambiental y Entorno Económico.

**GONZALEZ ABAD, Felipe.** Licenciado en Ciencias Físicas, Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Informática, Universidad Politécnica de Madrid. Diploma B.A. Universidad de Manchester. Senior Adviser para EMEA & LA (Europa, Oriente Medio, África y Latinoamérica, Amadeus. Profesor de Gestión de Transporte y Canal.

**LÓPEZ, José Oscar.** Executive Master en Dirección de Empresas Turísticas, IE Business School. Master en Finanzas, CUNEF. Licenciado en Ciencias Económicas, Centro Universitario Luis Vives (Universidad de Alcalá de Henares). Director Financiero de GATT. Profesor de Real Estate.

**LÓPEZ DE ÁVILA, Mario.** Executive MBA, IE Business School. Doctorando Sociedad de la Información y del Conocimiento, UOC. Socio Director, NODOS. Profesor asociado Área de Dirección de Operaciones y Tecnología, IE Business School. Tutor de Creación de Empresas, IE Business School. Profesor de Gestión Emprendedora

**MONZON, Pilar.** Executive Master en Dirección de Empresas Turísticas, IE Business School. Técnico en Empresas y Actividades Turísticas. General Manager, InterContinental Porto Palácio das Cardosas (IHG), Portugal. Profesora de Gestión Hotelera.

**PET, Javier.** Executive Master en Dirección de Empresas Turísticas, IE Business School. Gran Diploma en Administración y Dirección de Empresas Hosteleras, Centro Superior de hostelería de Galicia - L'École Hôtelière de Lausanne. Consejero - Director General at Zahoz Hosteleria. Profesor de Gestión de Restauración

**REAL, Gonzalo.** MBA, Instituto de Estudios Superiores de la Empresa. Licenciado en Ciencias Económicas y Contador Público. (Certified Public Account), Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Director del Senior Management Programme del Colegio de Dirección, IE Business School. Consultor de Empresas en Áreas de Estrategia, Control de Gestión y Sistemas de Dirección. Profesor de Costes y Control de Gestión.

**RENTERO, Carlos.** Certificate in Revenue Management, Cornell School of Hotel Administration. Master en Gestión Hotelera, EADA. Director of Revenue Management and Online Distribution, Vincci Hoteles. Profesor de Yield & Revenue Management.

**SILVA, Rosario.** Doctora en Economía de las Empresa y Métodos Cuantitativos, Universidad de Carlos III. Master in Business Administration, IE Business School. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Navarra. Profesora de Dirección Estratégica.

**VIDAL, Isaac.** Master en e-business y e-commerce, ESIC Valencia. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Valencia. Director del Área de Mercados y Comunicación de la Agencia Valenciana del Turismo, Generalitat Valenciana. Responsable del Área de Inteligencia de Mercados, INVATTUR. Profesor de e-Commerce en Turismo.

# Solicitud de Inscripción

## PROCESO DE ADMISIÓN

1. Presentación de la Solicitud de Inscripción cumplimentada.
2. Entrevista Personal.

Los candidatos/as serán llamados para esta entrevista que se realizará en la sede del Colegio de Dirección. Una vez realizada la entrevista personal, cada solicitud será estudiada por el comité de Admisiones del Colegio de Dirección cuya decisión será comunicada formalmente por escrito a cada candidato/a.

## A CUMPLIMENTAR POR EL CANDIDATO

Sírvanse a pre-inscribirse en el PS en Dirección de Empresas Turísticas en la convocatoria de febrero 2012.

## DATOS PERSONALES

Nombre	Apellidos	
Nacido en		el / / 19
Nacionalidad	Profesión	N.I.F.
Domicilio	Población	
Provincia	Código Postal	País
Móvil	Teléfono (prefijo)	
Fax	E-mail	

## FORMACIÓN ACADÉMICA

(Detallar de mayor a menor grado Doctorado, Master, Ingeniería o Licenciatura, etc.)

Titulación/es

Especialización/es

Año/s inicio – Año/s finalización

## POSICIÓN ACTUAL

Empresa	Cargo	Sector
Domicilio		
Población	Código Postal	
Provincia	País	
Móvil (Empresa)	Teléfono (prefijo)	
Fax	E-mail	
Idioma (Nivel de 1 a 10. Detallar si es mejor hablado, escrito, ...)		

## EXPERIENCIA PREVIA

Empresa	Cargo
Sector	Años

## CÓMO FORMALIZAR LA MATRÍCULA

Enviar la presente SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN, una vez cumplimentada, al:

IE BUSINESS SCHOOL - COLEGIO DE DIRECCIÓN

Fax. (34) 91 745 03 31 • E-mail: Carola.Arboli@ie.edu - Patricia.dethomas@ie.edu • <http://www.execed.ie.edu/psuperiores>

Sus datos personales se incluirán en un fichero automatizado de Instituto de Empresa, S.L., en María de Molina, 13, 28006-Madrid, para gestionar esta relación contractual, incluida su incorporación en la lista de asistentes que se entrega con la documentación del curso.

Salvo que marque la casilla , el IE le enviará información sobre sus actividades y salvo que marque , podrá ceder sus datos con igual finalidad a la Asociación de Antiguos Alumnos del IE, a la Fundación IE y a IE Universidad con el mismo domicilio.

Usted consiente, salvo que marque la casilla , la cesión de sus datos al Patrocinador/es que aparece/n identificado/s en el folleto explicativo del curso.

Salvo que marque la casilla , todas las comunicaciones podrán realizarse por correo electrónico.

Podrá ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición mediante e-mail a [soportededatos@ie.edu](mailto:soportededatos@ie.edu)

En caso de contratación a distancia, dispondrá de siete días hábiles desde el envío del contrato para desistir del mismo mediante e-mail dirigido a: [Monica.Ventin@ie.edu](mailto:Monica.Ventin@ie.edu) siempre y cuando el curso no se haya iniciado. En caso de haber pagado, el IE contactará con usted a efectos de devolución del importe abonado.

Acepto las condiciones

Fecha

Firma

# Información General

## DURACIÓN DEL PROGRAMA

El Programa Superior en Dirección de Empresas Turísticas consta de 120 sesiones de 1,5 horas cada una. Tiene 68 sesiones presenciales de una hora y media de duración que se realizarán en dos periodos de 9 días al inicio y al final del programa:

- La primera semana presencial comienza el jueves 2 de febrero y termina el sábado 11 de febrero de 2012, siendo el día 2 de febrero la inauguración. El horario es de 9.00 horas a 19.30 horas de lunes a viernes y el sábado de 9.00 a 14.00 horas.
- La segunda semana presencial coincidirá con la finalización del programa y se desarrollará del 5 al 14 de julio de 2012, en el mismo horario que la anterior.

Las sesiones online serán 52 y se desarrollarán en formato de foros y videoconferencias.

Habrán 34 foros que comenzarán los martes y terminarán los viernes. Durante ese tiempo el alumno podrá conectarse a cualquier hora del día. Además habrá 18 videoconferencias, que serán en tiempo real, todos los lunes de 19,00 a 20,30 horas, excepto en aquellas fechas con que coincida en festivo en España.

## DOCUMENTACIÓN

Los participantes en el Programa irán recibiendo con antelación a su uso las Notas Técnicas y Casos de Estudio, así como la documentación de referencia necesaria para el seguimiento del Programa.

## DIPLOMA Y OTROS SERVICIOS DE IE BUSINESS SCHOOL

En el acto de clausura del Programa, los participantes que hayan realizado con éxito el mismo, recibirán el Diploma acreditativo. La obtención del Diploma posibilita la inscripción y pertenencia a la Asociación de Antiguos Alumnos del IE Business School. La condición de Antiguo Alumno de este programa permite el acceso, entre otras facilidades, a los servicios de selección y presentación de currícula a empresas que gestiona la Dirección de Carreras profesionales de IE Business School.

## LUGAR DE REALIZACIÓN

El programa se celebrará en la sede de IE Business School de María de Molina 7, Madrid.

## DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

El precio total del programa es de 12.700 € más 500 como aportación a la Fundación IE. Este precio incluye la asistencia a las sesiones y la documentación, y la aportación a la Fundación IE implica que el asistente a este programa tiene derecho a pertenecer a la Asociación de Antiguos Alumnos de IE durante el año posterior a la finalización del programa. Además, IE Business School colabora con su empresa en la tramitación de las subvenciones de la Fundación Tripartita. IE Business School permite la posibilidad de pagos diferidos sin incrementar el coste del programa.

**Consulte las bonificaciones especiales en el precio de este programa por un único pago antes de su inicio y para Antiguos Alumnos de IE Business School.**

## ALOJAMIENTO

Con el objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, IE Business School tiene acuerdos de colaboración con diferentes hoteles cercanos al Colegio.

## FECHAS

2012

### FEBRERO

L	M	X	J	V	S	D	
			1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	
13	14	15	16	17	18	19	
20	21	22	23	24	25	26	
27	28	29					

### MARZO

L	M	X	J	V	S	D	
				1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	
12	13	14	15	16	17	18	
19	20	21	22	23	24	25	
26	27	28	29	30	31		

### ABRIL

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

### MAYO

L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

### JUNIO

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

### JULIO

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

 Semanas Presenciales

 Semanas On Line





business  
school

Executive Education

Paseo de la Castellana, 60  
28046 Madrid. España. UE  
Tel.: (34) 91 745 03 19 - (34) 91 745 08 11  
Fax: (34) 91 745 03 31

Carola.Arboli@ie.edu - Patricia.dethomas@ie.edu  
<http://www.execed.ie.edu/psuperiores>

