**3er. DIPLOMADO EN TIEMPO COMPARTIDO**

**MARZO – MAYO 2017**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **MÓDULOS Y SUBTEMAS** | | |  |  |
| **MÓDULO 1. EL TURISMO Y LA PROPIEDAD VACACIONAL** | | |  |  |
| 1.1 Panorama General del Turismo en México y en el Mundo. | | |  |  |
|  | 1.1.1 Cifras relevantes de la Industria Turística  1.1.2 AMDETUR como pilar de la Industria Turística  1.1.3 El Desarrollador | |  | Mzo. 6  Mzo. 6  Mzo. 6 |
| 1.2 Antecedentes de la Industria de la Propiedad Vacacional | | |  |  |
|  | 1.2.1 Historia del Tiempo Compartido en México | |  | Mzo. 8 |
|  | 1.2.2 Ventajas y Beneficios  1.2.3 El Futuro de la Industria | |  | Mzo. 8  Mzo. 8 |
| 1.3 Perspectivas de la Propiedad Vacacional | | |  |  |
|  | 1.3.1 Información General de la Industria | |  | Mzo. 13 |
|  | 1.3.2 Estadísticas de la Propiedad Vacacional | |  | Mzo. 13 |
| 1.4 Planificación de un Desarrollo de Tiempo Compartido y Esquema Comercial | | |  |  |
|  | 1.4.1 Selección del Destino y Terreno | |  | Mzo. 15 |
|  | 1.4.2 Permisos  1.4.3 Diseño y Planeación | |  | Mzo. 15  Mzo. 15 |
| **MÓDULO 2. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA** | | |  |  |
| 2.1 Esquema Legal y NOM 29 | | |  |  |
|  | 2.1.1 Antecedentes Legales | |  | Mzo. 21 |
|  | 2.1.2 Actores del Esquema Legal | |  | Mzo. 21 |
|  | 2.1.3 NOM 29 | |  | Mzo. 21 |
| 2.2 El papel de la Empresa de Intercambio o de Valor Agregado | | |  |  |
|  | 2.2.1 RCI | |  | Mzo. 22 |
|  | 2.2.2 Interval International | |  | Mzo. 22 |
|  | 2.2.3 HSI | |  | Mzo. 23 |
|  | 2.2.4 ICE | |  | Mzo. 23 |
|  | 2.2.5 DAE | |  | Mzo. 23 |
| **MODULO 3. MODELO DE NEGOCIO** | | |  |  |
| 3.1 Ciclo de la Propiedad Compartida y Evolución del Producto | | |  |  |
|  | 3.1.1 Ciclo de la Propiedad | |  | Abr. 5 |
|  | 3.1.2 Evolución del Producto y de la Industria | |  | Abr. 5 |
|  |  | |  |  |
| 3.2 Ejemplos de Productos de Tiempo Compartido | | |  |  |
|  | 3.2.1 Tiempo Compartido Tradicional | |  | Abr. 6 |
|  | 3.2.2 Proyectos Turísticos de Uso Mixto | |  | Abr. 6 |
|  | 3.2.3 Productos Basados en Puntos | |  | Abr. 6 |
|  | 3.2.4 Proyectos Fraccionales | |  | Abr. 6 |
|  |  | |  |  |
| 3.3 Perfil del Comprador | | |  |  |
|  | 3.3.1 Mexicano | |  | Abr. 17 |
|  | 3.3.2 Extranjero | |  | Abr. 18 |
|  |  | |  |  |
| **MODULO 4. OPERACIÓN Y SERVICIO** | | |  |  |
| 4.1 Comercialización de un Tiempo Compartido | | |  |  |
|  | 4.1.1 Marketing | |  |  |
|  |  | 4.1.1.1 Programas de Mercadotecnia |  | Abr. 19 |
|  |  | 4.1.1.2 Prospectación |  | Abr. 20 |
|  | 4.1.2 Ventas | |  |  |
|  |  | 4.1.2.1 El Proceso de la Venta |  | Abr. 24 V |
|  |  | 4.1.2.2 La Verificación  4.1.2.3 Servicio PostVenta y Servicios Adicionales |  | Abr. 24  Abr. 25 |
|  | 4.1.3 Administración | |  |  |
|  |  | 4.1.3.1 Reportes |  | Abr. 26 |
|  |  | 4.1.3.2 Contratos |  | Abr. 26 |
|  |  | 4.1.3.3 Nóminas |  | Abr. 26 |
| 4.2 Operación On Site de un Club Vacacional | | |  |  |
|  | 4.2.1 Sinergia de la Relación Club - Hotel | |  | May. 2 |
|  | 4.2.2 Servicios Diferenciados | |  | May. 2 |
| 4.3 Back Office de un Club Vacacional | | |  |  |
|  | 4.3.1 Reservaciones y Cobranza | |  | May. 3 |
|  | 4.3.2 Revenue Management | |  | May. 8 |
|  | 4.3.3 Consolidando Relaciones | |  | May. 9 |
| 4.4 El Uso de la Tecnología en nuestra Industria | | |  |  |
|  | 4.4.1 Marketing Digital | |  | May. 16 |
|  | 4.4.2 Reputación en Línea | |  | May. 16 |
|  | 4.4.3 Redes Sociales | |  | May. 17 |
|  | 4.4.4 Call Centers | |  | May. 17 |
|  | 4.4.5 Accesibiliadad a Socios | |  | May. 17 |
| 4.5 Desarrollo Organizacional | | |  |  |
|  | 4.5.1 | |  | May. 22 |
|  | 4.5.2 | |  | May. 22 |
| 4.6 Ética y Responsabilidad Social | | |  |  |
|  | 4.6.1 En la planificación de un desarrollo de tiempo compartido | |  | May. 24 |
|  | 4.6.2 Beneficios para la comunidad local | |  | May. 24 |
| Ceremonia de Clausura – Entrega de Diplomas y Premiación | | |  | Jun. 8 |