**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 Turística1.1.2 AMDETUR como pilar de la Industria Turística1.1.3 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 Beneficios1.2.3 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 Permisos1.4.3 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 Verificación4.1.2.3 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 |