



CURSO DE “OCIO ORGANIZADO”

Dirigido a estudiantes de turismo o gente emprendedora con un enfoque de negocio dirigido a la gestión del ocio en un zona turística.

DURACIÓN CURSO: 20 horas.

PROGRAMA

1. Conceptos de animación:

- ¿Que es? El porqué del ocio organizado
- Empresas con ideas de ocio organizado
- El animador: un vendedor de alegría.
- Especializaciones.

Metodología: con proyecciones y participación de los alumnos

Objetivo: Conocerán el léxico de base de la gestión de ocio. Entenderán la importancia de una oferta de ocio. Conocerán las cualidades y obligaciones del animador, organizador de ocio.

2. Ocio como herramienta y producto de marketing:

- Una idea original se convierte en razón del viaje.
- Diseño de productos turísticos.

Metodología: Casos prácticos y trabajo en equipo.

Objetivo: Conocer la rentabilidad que brinda la organización del ocio en un establecimiento o lugar turístico.

3. Gestión de ocio y demanda

- Demanda de los clientes: ¿Cómo conocerla?
- Los **Ocio tipos: estudio de cómo cada uno de nosotros pasa su tiempo libre.**
- Objetivo: buscar un cliente potencial para un determinado producto de ocio.

- Estudio de mercado
- Auditorias de calidad en ocio

Metodología:

Casos prácticos. Estudio de mercado a través de encuestas.

Planteamiento de una crisis para buscar una solución. Los alumnos se dividen en 4 grupos: Agencia de viajes (T. O.), Organizadores y guías, Sociedad de desarrollo turístico y Empresa de animación.

Objetivo: Conocer la demanda de los clientes, saber como conseguir respuestas a las encuestas, conocer las posibilidades del mercado.

4. Presentación

- Trabajo en grupo.
- Presentación de los casos prácticos.

Metodología: los alumnos en sus respectivos grupos preparan una serie de medidas para sacar sus respectivas empresas de la crisis. Preparación por grupos del proyecto y puesta en práctica del mismo.

Objetivo:

Conocer las posibilidades que pueden brindar soluciones de ocio para una empresa en el ámbito turístico.

Poner en práctica la gestión de un producto de ocio partiendo de una idea que se debe adaptar a las motivaciones del público, basado en un circuito urbano que promocioe el turismo de la ciudad.

5. Puesta en marcha del plan de ocio.

Prácticas en la ciudad, utilizando los recursos más turísticos del entorno.