

CURSO DE TURISMO RURAL: DISEÑO, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

ÍNDICE

1. Fundamentos conceptuales y evolución del turismo rural como modalidad turística especializada

1.1. Definición, características y delimitación conceptual del turismo rural

1.2. Evolución histórica del turismo rural en el contexto nacional e internacional

1.2.1. Orígenes y primeras manifestaciones del turismo en espacios rurales

1.2.2. Consolidación del turismo rural como alternativa de desarrollo territorial

1.2.3. Tendencias contemporáneas y nuevos perfiles de demanda

1.3. Tipologías y modalidades del turismo en entornos rurales

1.3.1. Agroturismo y turismo en explotaciones agrarias activas

1.3.2. Ecoturismo y turismo de naturaleza

1.3.3. Turismo cultural, etnográfico y patrimonial rural

1.3.4. Turismo activo y de aventura en el medio rural

1.4. Marco legal y normativo aplicable al turismo rural

1.4.1. Legislación estatal y autonómica en materia de alojamiento rural

1.4.2. Categorías oficiales y sistemas de clasificación

1.5. Impactos económicos, sociales y ambientales del turismo rural

2. Análisis del entorno rural y diagnóstico de los recursos turísticos del territorio

2.1. Caracterización del medio rural como espacio turístico

2.2. Inventario y catalogación de recursos turísticos territoriales

- 2.2.1. Recursos naturales y paisajísticos
- 2.2.2. Recursos culturales, históricos y patrimoniales
- 2.2.3. Recursos gastronómicos y productos agroalimentarios locales
- 2.2.4. Recursos etnográficos, festivos y tradicionales
- 2.3. Metodologías para la evaluación del potencial turístico del territorio
 - 2.3.1. Análisis DAFO aplicado a destinos rurales
 - 2.3.2. Matrices de valoración de recursos y atractivos
- 2.4. Identificación de la capacidad de carga turística del entorno
- 2.5. Análisis de la competencia y posicionamiento territorial

3. Diseño y planificación estratégica de productos de turismo rural

- 3.1. Principios básicos del diseño de productos turísticos rurales
- 3.2. Identificación de segmentos de mercado y perfiles de cliente potencial
 - 3.2.1. Turistas urbanos en busca de experiencias auténticas
 - 3.2.2. Familias, parejas y grupos especializados
 - 3.2.3. Turismo internacional y mercados emisores prioritarios
- 3.3. Creación de productos turísticos basados en experiencias
 - 3.3.1. Diseño de experiencias vinculadas al patrimonio rural
 - 3.3.2. Experiencias gastronómicas y enológicas
 - 3.3.3. Experiencias de inmersión en oficios y tradiciones
- 3.4. Diseño de rutas, itinerarios y circuitos temáticos
 - 3.4.1. Planificación técnica de rutas senderistas e interpretativas
 - 3.4.2. Itinerarios cicloturísticos y ecuestres
- 3.5. Tematización y diferenciación del producto rural
- 3.6. Innovación y tendencias en el diseño de productos rurales

4. Gestión integral de alojamientos y establecimientos de turismo rural

- 4.1. Tipologías de alojamientos rurales y requisitos técnicos
 - 4.1.1. Casas rurales, hoteles rurales y posadas
 - 4.1.2. Apartamentos rurales, cortijos y haciendas

- 4.1.3. Modalidades emergentes: glamping, ecolodges y cabañas
- 4.2. Diseño arquitectónico, decoración y ambientación del alojamiento
 - 4.2.1. Integración paisajística y respeto a la arquitectura tradicional
 - 4.2.2. Confort, funcionalidad y accesibilidad universal
- 4.3. Gestión operativa diaria del establecimiento rural
 - 4.3.1. Procesos de reserva, check-in y check-out
 - 4.3.2. Limpieza, mantenimiento y atención al cliente
- 4.4. Gestión económica y financiera del establecimiento
 - 4.4.1. Estructura de costes e ingresos del alojamiento rural
 - 4.4.2. Política de precios y revenue management aplicado
- 4.5. Gestión de recursos humanos en pequeñas empresas rurales
- 4.6. Calidad del servicio y sistemas de certificación aplicables

5. Sostenibilidad ambiental y desarrollo rural responsable

- 5.1. Principios del turismo sostenible aplicados al medio rural
- 5.2. Gestión ambiental del establecimiento turístico rural
 - 5.2.1. Eficiencia energética y energías renovables
 - 5.2.2. Gestión del agua y de los residuos
 - 5.2.3. Construcción bioclimática y materiales sostenibles
- 5.3. Certificaciones y sellos de sostenibilidad turística
 - 5.3.1. Etiqueta ecológica europea y certificaciones internacionales
 - 5.3.2. Sistemas nacionales y regionales de calidad ambiental
- 5.4. Contribución del turismo rural al desarrollo local
 - 5.4.1. Generación de empleo y fijación de población
 - 5.4.2. Dinamización de economías locales y producto kilómetro cero
- 5.5. Turismo rural inclusivo y accesibilidad

6. Marketing turístico aplicado al ámbito rural

- 6.1. Fundamentos del marketing turístico para destinos y empresas rurales
- 6.2. Investigación de mercados y comportamiento del consumidor rural

- 6.2.1. Tendencias de consumo en turismo de naturaleza
- 6.2.2. Motivaciones y procesos de decisión del turista rural
- 6.3. Estrategias de marca y branding territorial
 - 6.3.1. Construcción de marcas de destino rural
 - 6.3.2. Storytelling y narrativas vinculadas al territorio
- 6.4. Política de producto, precio, distribución y comunicación
- 6.5. Plan de marketing para empresas de turismo rural
 - 6.5.1. Definición de objetivos y estrategias comerciales
 - 6.5.2. Presupuesto, calendario y control de acciones

7. Marketing digital y comunicación online para empresas de turismo rural

- 7.1. Transformación digital del sector turístico rural
- 7.2. Diseño y optimización de la web corporativa
 - 7.2.1. Usabilidad, experiencia de usuario y conversión
 - 7.2.2. Posicionamiento SEO orientado a destinos rurales
- 7.3. Estrategias en redes sociales para alojamientos rurales
 - 7.3.1. Contenido visual y storytelling en Instagram y TikTok
 - 7.3.2. Gestión de comunidad y reputación online
- 7.4. Publicidad digital y campañas SEM
- 7.5. Email marketing y fidelización de clientes
- 7.6. Gestión de la reputación online y reseñas
 - 7.6.1. Plataformas de opinión y su impacto comercial
 - 7.6.2. Protocolos de respuesta y gestión de crisis

8. Comercialización y canales de distribución del producto rural

- 8.1. Estructura de la distribución turística aplicada al medio rural
- 8.2. Canales de comercialización directa
 - 8.2.1. Venta a través de la web propia y motores de reserva
 - 8.2.2. Comercialización telefónica y presencial
- 8.3. Canales de comercialización indirecta

- 8.3.1. Centrales de reservas y portales especializados
- 8.3.2. Agencias de viajes y turoperadores rurales
- 8.3.3. Plataformas globales: Booking, Airbnb y similares
- 8.4. Acuerdos de intermediación y gestión de comisiones
- 8.5. Estrategias de venta cruzada y paquetes turísticos
- 8.6. Internacionalización del producto rural

9. Asociacionismo, cooperación y gestión de destinos rurales

- 9.1. Importancia de la cooperación empresarial en el medio rural
- 9.2. Asociaciones, clubes de producto y clusters turísticos
 - 9.2.1. Modelos asociativos en turismo rural
 - 9.2.2. Clubes de producto temáticos: enoturismo, ornitológico, astroturismo
- 9.3. Gestión y gobernanza de destinos turísticos rurales
 - 9.3.1. Entes gestores y modelos de cooperación público-privada
 - 9.3.2. Planes de dinamización y competitividad turística
- 9.4. Programas de financiación y ayudas al turismo rural
 - 9.4.1. Fondos europeos y programas LEADER
 - 9.4.2. Subvenciones autonómicas y locales

10. Emprendimiento y plan de empresa en turismo rural

- 10.1. El emprendedor turístico rural: perfil y competencias
- 10.2. Análisis de viabilidad de un proyecto de turismo rural
 - 10.2.1. Estudio de viabilidad técnica y operativa
 - 10.2.2. Análisis económico-financiero y rentabilidad
- 10.3. Elaboración del plan de empresa
 - 10.3.1. Definición del modelo de negocio mediante Canvas
 - 10.3.2. Plan operativo, comercial y de recursos humanos
 - 10.3.3. Plan económico-financiero y fuentes de financiación
- 10.4. Trámites administrativos y formas jurídicas
- 10.5. Casos de éxito y buenas prácticas en emprendimiento rural turístico