



SELECT
BUSINESS SCHOOL

MAESTRÍA

MAESTRÍA INTERNACIONAL EN DIRECCIÓN Y
GESTIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO Y OCIO

DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO

LSBS011



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD



DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para directivos, ejecutivos y profesionales de empresa con crecientes niveles de responsabilidad que quieran asegurar su recorrido ascendente en la empresa con una especial elevación y consolidación de competencias. Permite conocer la promoción turística local e información del visitante, los productos y servicios turísticos locales, la gestión de unidades de información y distribución turística, el inglés profesional para turismo, la gestión de agencia de viaje, la promoción y venta de servicios turísticos.

¿QUIÉNES SOMOS?

SELECT BUSINESS SCHOOL es una Escuela de Negocios líder y pionera en programas de formación Mixtos (A distancia + Online) especializada en desarrollo de programas formativos del entorno Administración y Dirección de Empresas y Marketing.

Pertenece a GRUPO ESNECA FORMACIÓN, el Grupo de Formación líder a Nivel Nacional, con 11 escuelas y más de 6000 alumnos anuales, con una satisfacción media de nuestros alumnos de 9'1 sobre 10, donde nuestras escuelas aparecen como líderes en demanda y satisfacción de los alumnos.

(*) Información basada en opiniones de nuestros alumnos en la página líder nacional en formación (<http://www.emagister.com/>)

MODALIDAD

La modalidad de la maestría es **ON-LINE** y **TUTORIZADA**

- Una vez matriculado, el alumno recibirá las claves de acceso en menos de 24 horas laborables.
- Nuestro equipo de profesores y tutores contactará con el alumno en un máximo de 48 horas tras la matrícula para guiar al alumno, acompañarlo en el inicio y a lo largo del curso, y responder a cualquier duda o pregunta que pueda surgir.

SALIDAS PROFESIONALES

Algunos trabajos o roles que suelen ser desempeñados por titulados con este máster son los siguientes:

- Comercial en empresas turísticas
- Relaciones Internacionales
- Transporte Aéreo, Marítimo y Terrestre
- Medios de Comunicación y Publicitarios
- Dirección de Cadenas Hoteleras
- Agencias de Viajes y Tour Operadores
- Compañías Aéreas y Marítimas
- Fundaciones, Museos y Colecciones Privadas

DURACIÓN

La duración del curso es de 1050 horas.

IMPORTE

MONTO ORIGINAL: ~~2.200\$~~

MONTO ACTUAL: 1.100\$

*Importe expresado en Dólares Americanos

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la "MAESTRÍA INTERNACIONAL EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO Y OCIO", de SELECT BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de AEC, máxima institución española en formación y calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

La Titulación puede disponer de la APOSTILLA DE LA HAYA (Certificación Oficial que da validez a la Titulación ante el Ministerio de Educación de más de 200 países de todo el mundo).

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. PROMOCION TURÍSTICA LOCAL E INFORMACIÓN DEL VISITANTE

MÓDULO 1. INFORMACIÓN TURÍSTICA

UNIDAD FORMATIVA 1. ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Objetivos generales del servicio de información turística.
2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino.
3. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea.
4. Tipos de Servicios o Centros de Información Turística.
5. Comunicaciones internas de un Centro de Información Turística.
6. Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística.
7. Promoción de los servicios propios de un Centro de Información Turística.
8. Técnicas de difusión y marketing electrónico.
9. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico.
10. Redes de centros y servicios de información turística.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECURSOS MATERIALES EN SERVICIOS Y CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Tipos de instalaciones
2. Organización del espacio (en función del tipo de instalación): Zonas de prestación del servicio, de Consulta, de Auto información, de Trabajo Interno, de Exposición, de Almacén).
3. Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología y las nuevas técnicas de comunicación.
4. Equipamiento de las instalaciones.
5. Informatización de centros y servicios de información turística.
6. Centrales y sistemas automatizados de reservas.
7. Ubicación y accesos a los locales.
8. Señalización interna y externa.
9. Uniforme y equipamiento de los trabajadores.
10. Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECURSOS HUMANOS EN CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Perfiles y funciones del personal de un Servicio de Información Turística:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

1. Tipos de documentos necesarios en un Centro o Servicio de Información Turística.
2. Gestión de sugerencias, reclamaciones y quejas.
3. Control estadístico.
4. Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria.

UNIDAD FORMATIVA 2. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Tipos de información a obtener y procesar.
2. Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística.
3. Técnicas de registro, archivo y actualización de información turística.
4. Sistemas y medios para la localización y obtención de la información turística.
5. Metodologías para el análisis, contraste y archivo de la información.
6. Soportes de la información: papel, electrónico.
7. Sistemas de archivo: bancos y bases de datos.
8. Metodología para la actualización permanente: procedimientos y costes.
9. El centro de información turística como fuente de información del destino.
10. Intercambio de información entre centros y redes de información: retroalimentación.
11. Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino.
12. Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DEL ENTORNO LOCAL.

1. Análisis de los recursos y servicios del destino turístico.
2. Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio.
3. Medios interpretativos personales y no personales
4. Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución de la información:
5. Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios.
6. Integración e interrelación de información.

UNIDAD FORMATIVA 3. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA.

1. Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
2. Técnicas de protocolo e imagen personal.
3. El informador como asesor de tiempo libre.
4. Tipologías de clientes:
5. Medios de respuesta:
6. Legislación en materia de protección al usuario.

MÓDULO 2. PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

UNIDAD FORMATIVA 1. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SECTOR TURÍSTICO.

1. Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros.
2. La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.
3. Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos.
4. La estructura de comercialización en el sector:
5. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORDENACIÓN TERRITORIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

1. Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas.
2. Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales.
3. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos.
4. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas.
5. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia.
6. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

1. Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales.
2. Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios.
3. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos.
4. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local.
5. Gestión de iniciativas turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.

1. Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales.
2. El desarrollo sostenible para planificadores locales.
3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales.
4. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico.
5. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos.
6. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.

UNIDAD FORMATIVA 2. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO.

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.
2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo
3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial:
4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.
5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final.
6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.
7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

1. Estrategias y canales de distribución.
2. Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.
3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.
4. Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVUCIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.
2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL.

1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.
2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.
3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.

MÓDULO 3. GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

UNIDAD FORMATIVA 1. PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA CULTURA DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS Y/O ENTIDADES DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico.
2. Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves.
3. Aspectos legales y normativos
4. El plan de turismo español Horizonte 2020.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ORGANIZACIÓN HOSTELERA Y TURÍSTICA.

1. Organización de la calidad:
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

3. Procesos de producción y servicio:
 1. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio:
 2. Gestión de los datos:
 3. Evaluación de resultados.

4. Propuestas de mejora.

UNIDAD FORMATIVA 2. PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PLANIFICACIÓN EN LAS EMPRESAS Y ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS.

1. La planificación en el proceso de administración.
2. Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos.
3. Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.
4. Revisión periódica de los planes en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas empresas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIOS EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS.

1. La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.
2. Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas.
3. Definición de ciclo presupuestario.
4. Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRUCTURA FINANCIERA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS.

1. Identificación y caracterización de fuentes de financiación.
2. Relación óptima entre recursos propios y ajenos.
3. Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico.
4. Aplicaciones informáticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EVALUACIÓN DE COSTES, PRODUCTIVIDAD Y ANÁLISIS ECONÓMICO PARA AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS.

1. Estructura de la cuenta de resultados en las agencias de viajes y distribuidores turísticos.
2. Tipos y cálculo de costes empresariales específicos.
3. Aplicación de métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos y atenciones a clientes de servicios turísticos.
4. Cálculo y análisis de niveles de productividad y de puntos muertos de explotación o umbrales de rentabilidad, utilizando herramientas informáticas.
5. Identificación de parámetros establecidos para evaluar: Ratios y porcentajes. Márgenes de beneficio y rentabilidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ORGANIZACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES, OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS Y ENTIDADES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

1. Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de agencias de viajes y entidades de información turística.
2. Tipología y clasificación de estas entidades.
3. Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales.

4. Patrones básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución y entidades de información turística: ventajas e inconvenientes.
5. Estructuras y relaciones departamentales y externas características de estas entidades.
6. Diferenciación de los objetivos de cada departamento o unidad y distribución de funciones.
7. Circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales.
8. Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FUNCIÓN DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS.

1. Definición y objetivos.
2. Relación con la función de organización.
3. Programas de formación para personal dependiente: análisis, comparación y propuestas razonadas.
4. Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA DIRECCIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS.

1. La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones.
2. Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones.
3. Solución de problemas y toma de decisiones.
4. La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones.
5. Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
6. La motivación en el entorno laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS.

1. Tipos y comparación.
2. Programas a medida y oferta estándar del mercado.
3. Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas.

MÓDULO 4. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN INGLÉS DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

1. Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
2. Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
3. Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
4. Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
5. Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
6. Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESTACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN INGLÉS.

1. Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística.
2. Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes.
3. Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio.
4. Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre.
5. Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan.
6. Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados.
7. Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN INGLÉS.

1. Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes.
2. Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales.
3. Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita.
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
6. Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas.

PARTE 2. GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO: CONCEPTO, TIPOS Y LEGISLACIÓN GENERAL

1. Introducción
2. El concepto de turismo
3. Análisis de la composición del producto turístico en España
4. Principales destinos turísticos españoles y sus características
5. Destinos turísticos internacionales
6. Legislación General del Sector Turístico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO TURÍSTICO Y LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Producto y características del producto
2. La oferta y la demanda del turismo en España
3. La distribución turística
4. Las centrales de reservas
5. Los sistemas globales de distribución
6. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional
7. Las motivaciones turísticas
8. La distribución del turismo en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Concepto y funciones
2. Tipos de Agencias de Viajes (AAVV)
3. Evolución de las agencias de viajes en España

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN INTERNA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Introducción a la organización
2. La organización interna de una empresa
3. El organigrama de una agencia de viajes
4. La organización departamental de una agencia de viajes
5. Los niveles de responsabilidad y gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARCO NORMATIVO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Legislación sectorial: Agencias de Viajes
2. Las agencias de viajes: Servicios Turísticos de Intermediación
3. Los contratos turísticos
4. Régimen jurídico del empresario turístico
5. Los usuarios del servicio turístico o Turistas
6. Derechos de los consumidores en los viajes Combinados
7. La sanción administrativa turística

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INTERMEDIACIÓN EN LA RESERVA Y VENTA DE ALOJAMIENTOS

1. El mundo de la hostelería
2. Modalidades de alojamientos
3. Relaciones entre Agencias de Viajes y empresas de alojamiento
4. Fuentes informativas de la venta de alojamiento
5. Las reservas directas e indirectas
6. Las tarifas y sus condiciones de aplicación
7. Las cadenas hoteleras y las centrales de reserva
8. Algunos problemas en relación con los hoteles

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE POR CARRETERA

1. Introducción
2. Transporte regular por carretera
3. Transporte discrecional
4. Alquiler de automóviles

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE AÉREO

1. Introducción
2. Principales organismos y convenios que regulan el tráfico aéreo
3. Tarifas aéreas
4. Relaciones entre compañías aéreas regulares y Agencias de Viajes
5. Documentos de tráfico aéreo
6. Transporte aéreo especial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE FERROVIARIO

1. Introducción
2. Oferta ferroviaria nacional
3. Oferta ferroviaria europea
4. Guías y horarios
5. Tarifas ferroviarias
6. Relaciones entre RENFE y las Agencias de Viajes
7. El billete de tren

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE ACUÁTICO

1. Introducción
2. Servicios acuáticos de las Agencias de Viajes Españolas
3. Guías y horarios
4. Tarifas marítimas nacionales
5. Comercialización y venta de los servicios acuáticos
6. Los billetes de pasaje de línea regular.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS Y VIAJES PROFESIONALES

1. Seguro de viajes o turístico
2. Guías y animadores turísticos
3. Otras actividades
4. Los viajes profesionales

UNIDAD DIDÁCTICA 12. TÉCNICAS DE VENTA Y MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes
6. El Plan de Marketing: Definición y ventajas
7. Características del plan de marketing
8. El Plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 13. CALIDAD EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Introducción. La calidad del Servicio y Atención al Cliente
2. El Cliente

PARTE 3. PROCESOS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVOS EN AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONTABILIDAD, MATEMÁTICAS COMERCIALES Y ESTADÍSTICA BÁSICAS.

1. Concepto y objetivos de la Contabilidad.
2. Los libros de contabilidad.
3. El patrimonio.

4. Las cuentas.
5. El plan general de contabilidad.
6. El proceso contable básico en las agencias de viajes.
7. La tesorería en las agencias de viajes.
8. Los impuestos. Su liquidación.
9. Los derechos de cobro.
10. Las amortizaciones. Las provisiones.
11. Las cuentas anuales.
12. Instrumentos de abono en las operaciones comerciales.
13. Cuentas corrientes.
14. Créditos.
15. Estadística básica.
16. Aplicaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN AGENCIAS DE VIAJES Y OTRAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Procesos administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística:
2. Procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento.
3. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte marítimo.
4. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte ferroviario.
5. Procesos administrativos derivados de la venta de productos de tour-operadores y otros mayoristas.
6. Procesos administrativos derivados de otras ventas.
7. Aplicación de procedimientos de gestión documental.
8. Medios de almacenamiento y tratamiento de la información. Aplicaciones.
9. Control de correspondencia.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCEDIMIENTOS DE ALMACENAMIENTO, REPOSICIÓN Y CONTROL DE DOCUMENTOS PROPIOS Y EXTERNOS.

1. Gestión de almacén.
2. Gestión de inventarios.
3. Control de existencias de documentos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCEDIMIENTOS DERIVADOS DE LAS RELACIONES ECONÓMICAS CON CLIENTES.

1. Anticipos y depósitos.
2. Facturación y cobro.
3. Medios de pago al contado.
4. Tarjetas de crédito y débito.
5. Condiciones para la aceptación de cheques y pagarés.
6. El pago aplazado.
7. La financiación externa.
8. Acuerdos comerciales con concesión de crédito a clientes:
9. Las devoluciones por servicios no prestados:
10. Control de cuentas de crédito.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE TESORERÍA Y CONTROL DE CUENTAS DE CAJAS Y BANCOS.

1. Legislación vigente aplicable a la gestión de cuentas de caja y bancos.
2. Normativa reguladora de la compra de moneda extranjera.
3. Documentos de pago:
4. Registro de movimientos de caja y formalización de los impresos administrativos precontables y contables.
5. Realización de controles de caja solventando los desfases.
6. Análisis de extractos de cuentas bancarias:
7. Análisis de las medidas de seguridad relacionadas con la documentación contable y el efectivo.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. UTILIZACIÓN DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN INTERNA (BACK-OFFICE) DE AGENCIAS DE VIAJES.

1. Gestión de operaciones administrativas, contables, financieras y fiscales:

PARTE 4. PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD FORMATIVA 1. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN APLICADA A LA HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. La comunicación óptima en la atención al cliente.
2. Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales.
3. Resolución de problemas de comunicación.
4. Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. Clasificación de clientes
2. La atención personalizada
3. El tratamiento de situaciones difíciles.
4. La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea.

UNIDAD FORMATIVA 2. PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO Y LA ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO.

1. Concepto de Turismo. Evolución del concepto de Turismo.
2. El sistema turístico. Partes o subsistemas.
3. La demanda turística. Tipos de demanda turística. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
4. La oferta turística. Componentes de la oferta turística.
5. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.
6. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.
7. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ALOJAMIENTO COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. La hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características.
2. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y touroperadores.
3. Principales proveedores de alojamiento.
4. Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. Cadenas hoteleras. Centrales de reservas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL TRANSPORTE COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. Transporte por carretera:
2. Transporte por ferrocarril:
3. Transporte acuático:
4. Transporte aéreo:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OTROS ELEMENTOS Y COMPONENTES DE LOS VIAJES COMBINADOS, EXCURSIONES O TRASLADOS.

1. El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contrastes. Normativa.
2. El alquiler de automóviles con y sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado fly-drive.
3. Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas. Prestaciones. Reservas.
4. Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
5. Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES.

1. Turismo de sol y playa:
2. Turismo de naturaleza y turismo activo:
3. Turismo cultural y religioso:
4. Turismo profesional:
5. Turismo social y de salud:

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES.

1. Europa:
2. África:
3. América del Norte:
4. América Central y América del Sur:
5. Asia:
6. Oceanía:

UNIDAD FORMATIVA 3. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Concepto de distribución de servicios.
2. Las agencias de viajes.
3. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
4. Las centrales de reservas.
5. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.

6. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
7. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA DE ALOJAMIENTO.

1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:
2. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento:
3. Reservas directas e indirectas:
4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
5. Bonos de alojamiento:
6. Principales proveedores de alojamiento:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA DE TRANSPORTE.

1. El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte aéreo regular.
2. El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relaciones. Tarifas
3. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.
4. El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular.
5. El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS.

1. El producto turístico integrado.
2. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
3. Procedimientos de reservas.
4. Principales tour-operadores nacionales e internacionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS VENTAS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

1. La venta de autos de alquiler.
2. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
3. La venta de excursiones.
4. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
5. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
6. Aplicación de cargos por gestión.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MARKETING Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS EN LAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Concepto de Marketing.
2. Segmentación del mercado.
3. El Marketing Mix.
4. El Plan de Marketing.
5. Marketing directo.
6. Planes de promoción de ventas.
7. clientes actuales y potenciales.
8. de ventas.
9. El merchandising.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Las agencias de viajes virtuales:
2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A).
3. Utilidades de los sistemas online:
4. Modelos de distribución turística a través de Internet.
5. Servidores online.
6. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PÁGINAS WEB DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y PORTALES TURÍSTICOS.

1. El internauta como turista potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística.
3. Medios de pago en Internet.
4. Conflictos y reclamaciones on line de clientes.

UNIDAD FORMATIVA 4. GESTIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL (G.D.S.)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. UTILIZACIÓN DE TERMINALES DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN (GDS) Y DE APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES.

1. Los sistemas globales de distribución (GDS).
2. La distribución turística en Internet.
3. Programas de ventas o front office.
4. Gestión de expedientes de servicios, hojas de cotización, fichas de clientes, bonos, etc.