MAESTRÍA

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

SELECT BUSINESS SCHOOL

LSBS011

- DIPLOMA ACREDITADO POR APOSTILLA DE LA HAYA -



CECAP

CUM LAUDE

aen asociación española de escuelas de negocios

INTERNATIONAL COMMISSION on DISTANCE EDUCATION

DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Dirección y Gestión de Empresas de Turismo y Ocio** y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer la promoción turística local e información del visitante, la organización del servicio, la gestión de la información y documentación turística, la información y atención al 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. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno/a encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirán hacer un seguimiento autónomo sobre el avance del curso y reforzar aquellos aspectos que considere oportunos.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
1050H

MODALIDAD
ONLINE
*La modalidad incluye módulos con clases en directo.

CURSO INICIAL
ONLINE

TUTORIAS
PERSONALIZADAS

IDIOMA
ESPAÑOL

DURACION
HASTA UN AÑO
*Prorrogable

IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~5600 $~~
VALOR ACTUAL: 1400 $
*Importe expresado en Dólares Americanos

INCLUYE APOSTILLA

Los diplomas llevan la Apostilla de la Haya, mediante la que se reconoce y garantiza la autenticidad y validez del Diploma en cualquier país firmante del convenio.

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "**MAESTRÍA INTERNACIONAL EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO Y OCIO**", de SELECT BUSINESS SCHOOL.

Además, dispone del reconocimiento **Cum Laude**. Este distintivo lo otorga Emagister a los centros educativos y escuelas de negocios, que hayan recibido la mejor valoración de los servicios formativos prestados por los estudiantes.

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 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
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
2. Información telefónica y presencial
3. Informadores de calle
4. Guías
5. Administradores y gestores de la web

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

PARTE 2

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN TURÍSTICA LOCAL

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
3. Técnicas de registro, archivo y actualización de la 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 archivos: 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 los tipos de grupos o turistas destinatarios
6. Integración e interrelación de información

PARTE 3

INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL VISITANTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE ACOGIDA Y HABILIDADES SOCIALES APLICADAS AL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

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. Gestión de tiempos de atención, gestión de colas y gestión de crisis
6. Medios de respuesta
7. Legislación en materia de protección al usuario

PARTE 4

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 turístico 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

PARTE 5

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y 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
6. profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final
7. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales
8. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución
9. 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 SERVUCCIÓN 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

PARTE 6

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. 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.

1. Procesos de Producción y Servicio
2. Supervisión y medida del proceso y producto o servicio
3. Gestión de los datos
4. Evaluación de los resultados

PARTE 7

PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 turísticas: 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 de mercado
3. Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas

PARTE 8

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 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 climatológicas, entorno y posibilidades de ocio
4. Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, 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 9

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

MÓDULO 1. LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS OBJETIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS ELEMENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS ESTRATEGIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS FUNCIONES

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 2. CREACIÓN DE UNA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PASOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TIPOS DE EMPRESAS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 3. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL EMPRESARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 4. DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIONES DE DIRECCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELEMENTOS DE DIRECCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA IMPORTANCIA DE LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRINCIPIOS DE DIRECCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OBJETIVOS DE LA DIRECCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 6. NIVELES Y FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESTILOS DE DIRECCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DIRECCIÓN DE LA EMPRESA. FUNCIÓN DE GESTIÓN. DIRECCIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 5. EL LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONCEPTO DE LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PERSPECTIVAS DEL LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNCIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CARACTERÍSTICAS DE UN LÍDER

UNIDAD DIDÁCTICA 5. NATURALEZA DEL LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. AMBIENTE Y LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS DE LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. NUEVO ESTILO DE LIDERAZGO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 6. TOMA DE DECISIONES, MOTIVACIÓN Y EVALUACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TOMA DE DECISIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MOTIVACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EVALUACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 7. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIONES DE CONFLICTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONFLICTOS VS. PROBLEMAS EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE CONFLICTOS EN LA ORGANIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ETAPAS Y EFECTOS DEL CONFLICTO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUNTO DE VISTA DEL CONFLICTO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FUENTES QUE CONTRIBUYEN EN LA APARICIÓN DE CONFLICTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TIPOS DE ESTILO PARA RESOLVER CONFLICTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 8. DIRECCIÓN Y CONDUCCIÓN DE REUNIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN DE REUNIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASIFICACIÓN DE LAS REUNIONES DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIFICULTADES A TENER EN CUENTA EN LAS REUNIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TIPOS DE REUNIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ETAPAS O FASES DE LA REUNIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FUNCIONES DEL GRUPO Y DEL CONDUCTOR EN UNA REUNIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS PREGUNTAS EN LA REUNIÓN-DISCUSIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 8. NORMAS A TENER EN CUENTA POR EL CONDUCTOR DE LA REUNIÓN-DISCUSIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 9. VENTAJAS/DESVENTAJAS DE LAS REUNIONES DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ASPECTOS A TENER EN CUENTA Y QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL GRUPO DURANTE LAS REUNIONES DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CUÁNDO HA DE CONVOCARSE UNA REUNIÓN DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA ELECCIÓN DE LOS ASISTENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LAS INSTALACIONES DEL LUGAR DE REUNIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 14. EL ORDEN DEL DÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA DIRECCIÓN DE UNA REUNIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 9. TRABAJO EN EQUIPO, COMUNICACIÓN Y DELEGACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TRABAJAR EN EQUIPO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA DELEGACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 10. GESTIÓN DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CAPACIDADES Y HABILIDADES DE LA FUNCIÓN GERENCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACTORES DE COMPETITIVIDAD QUE AFECTAN A LA GESTIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CLASIFICACIÓN DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL SEGÚN DIFERENTES TÉCNICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PAUTAS BÁSICAS FUNDAMENTALES PARA UNA GESTIÓN ADECUADA

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FUNCIONES BÁSICAS DE LA GESTIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 11. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TIEMPO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PLANIFICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DEL TIEMPO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 12. ANÁLISIS, DESCRIPCIÓN Y VALORACIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. OBJETIVOS DE LA VALORACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO (VPT)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. AGENTES QUE INTERVIENEN EN LA VPT

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO PREVIO A LA APLICACIÓN DE LA VPT

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SISTEMAS DE VPT

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTROS SISTEMAS DE VPT

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIÓN SALARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 7. RETRIBUCIÓN Y COMPENSACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 13. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS TEST EN LA SELECCIÓN DE PERSONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ALGUNOS EJEMPLOS DE FICHAS UTILIZADAS PARA EL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN A TRAVÉS DE EMPRESAS DE TRABAJO TEMPORAL (ETTS)

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 14. LA FORMACIÓN EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONCEPTO DE FORMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASES DE FORMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS PRINCIPIOS DE LA FORMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PLANIFICACIÓN Y LA FORMACIÓN, MOTORES DEL ÉXITO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FORMACIÓN EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE FORMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ROL DEL PROFESOR

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 15. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES: NORMATIVA DE SEGURIDAD E HIGIENE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RIESGOS GENERALES Y SU PREVENCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RIESGOS ESPECÍFICOS Y SU PREVENCIÓN EN EL

SECTOR CORRESPONDIENTE A LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELEMENTOS BÁSICOS DE GESTIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

PARTE 10

POLÍTICAS DE MARKETING

MÓDULO 1. EL MARKETING Y LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANTECEDENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NATURALEZA, ENFOQUE Y ALCANCE DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MARKETING EN LOS SISTEMAS ECONÓMICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 2. POLÍTICA DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y FACTORES QUE DEFINEN LA POLÍTICA DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE PRODUCTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 3. ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DECISIONES DEL MIX DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 4. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIVERSIFICACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 5. POLÍTICA DE PRECIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRECIO Y DEMANDA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COSTES RELEVANTES PARA FIJAR PRECIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 6. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CANALES COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOLOGÍA Y FORMAS DE ORGANIZACIÓN COMERCIALES

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 7. COSTES DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COSTES DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRANSPORTE

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ABASTECIMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ALMACENAMIENTO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 8. NUEVO DESARROLLO DE LA DISTRIBUCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FRANQUICIA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS MINORISTAS "OFF PRICE"

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS MARCAS DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASOCIACIONISMO E INTEGRACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 9. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORMA DE LA INFORMACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 10. LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PUBLICIDAD Y MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESUPUESTO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MENSAJE

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MEDICIÓN DE LA EFICACIA

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 11. LA PROMOCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PROMOCIÓN DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS PROMOCIONALES

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 12. RELACIONES PÚBLICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS RELACIONES PÚBLICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVALUACIÓN DE RESULTADOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 13. EL PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL PLAN DE MARKETING?

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 14. LA ESTADÍSTICA APLICABLE A UN PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NÚMEROS ÍNDICES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE SERIES EN EL TIEMPO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. AJUSTE DE CURVAS, MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS Y TEORÍA DE LA CORRELACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 15. EL BRIEFING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELABORACIÓN DEL BRIEFING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRUCTURA Y ELEMENTOS DEL BRIEFING

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 16. CONCEPTO DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVALUACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 17. ORGANIZACIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ASPECTOS BÁSICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING MIX

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE ESTRATEGIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTROL DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL

MÓDULO 18. PROGRAMAS INFORMÁTICOS ESPECÍFICOS DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROGRAMAS INFORMÁTICOS

BIBLIOGRAFÍA

PARTE 11

EL TURISMO Y LAS AGENCIAS DE VIAJES

MÓDULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANTECEDENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEFINICIÓN Y ELEMENTOS QUE CARACTERIZAN EL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIFERENCIAS ENTRE TURISTA, VISITANTE Y EXCURSIONISTA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE ÁMBITO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL RELACIONADAS CON EL SECTOR TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. VALORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO FUENTES DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 7. VALORACIÓN DEL PROFESIONAL TURÍSTICO EN EL ÁMBITO DE SU PROFESIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS Y SUS TENDENCIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS Y SUS TENDENCIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PRINCIPALES TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LOCALIZACIÓN ESPACIAL DE CADA TIPOLOGÍA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE UNA ZONA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TENDENCIAS DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS NACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TENDENCIAS DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. VALORACIÓN DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN SOBRE LA DEMANDA Y LA MODIFICACIÓN DE LOS MISMOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA OFERTA TURÍSTICA: ELEMENTOS Y ESTRUCTURAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA: CANALES DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EMPRESAS DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS MEDIOS DE TRANSPORTE TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA OFERTA COMPLEMENTARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL NÚCLEO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO PARA EL NÚCLEO TURÍSTICO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 4. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN Y FACTORES DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELEMENTOS EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA ELASTICIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MOTIVACIONES DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTACIONALIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 6. METODOLOGÍA DE COMPRA

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TENDENCIAS ACTUALES DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 5. LAS AGENCIAS DE VIAJES Y SU ORGANIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PRODUCTO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PROCESO DE VENTA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INTERRELACIÓN ENTRE AGENCIAS DE

VIAJES Y EL RESTO DE EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESOS DE LA PRODUCCIÓN Y LA PROGRAMACIÓN DE UN PAQUETE TURÍSTICO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

ANEXO: LEGISLACIÓN DEL SECTOR

PARTE 12

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 13

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 pro 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 marçitimo 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 online 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.