

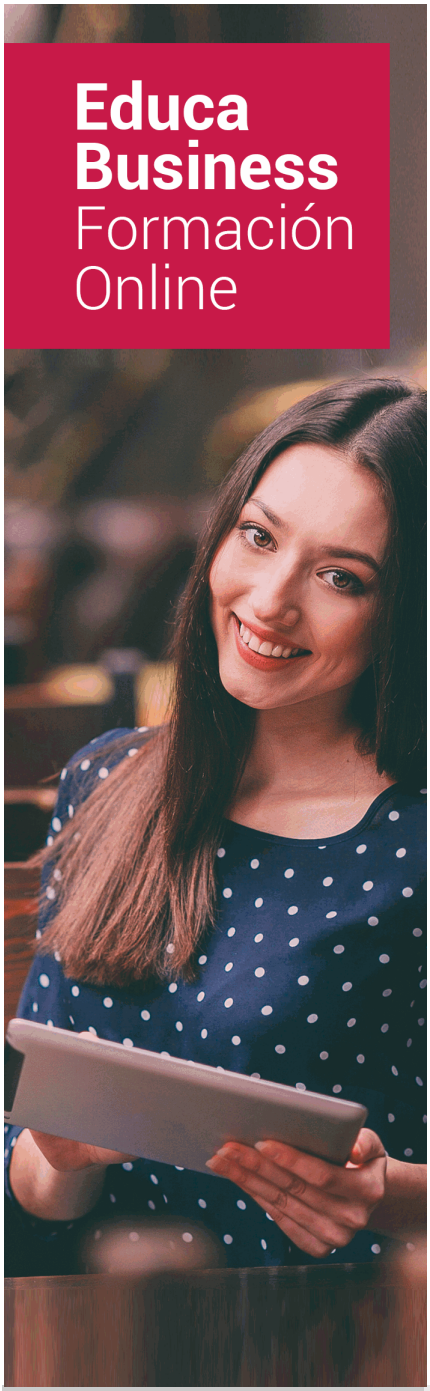
EDUCA BUSINESS SCHOOL

FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL

Master en Gestión de Unidades de Información y Técnicas de Venta de Servicios Turísticos + Titulación Universitaria

Master en Gestión de Unidades de Información y Técnicas de Venta de Servicios Turísticos + Titulación Universitaria Ver Curso



SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación** (AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, l**os cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública.Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master en Gestión de Unidades de Información y Técnicas de Venta de Servicios Turísticos +



DURACIÓN:
750 horas

MODALIDAD:
Online

PRECIO:
1.200 €
Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

CRÉDITOS:
6,00 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:
Educa Business School

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Gestión de Unidades de Información y Técnicas de Venta de Servicios Turísticos con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Marketing y Ventas con 6 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como Escuela de Negocios de Formación Superior de Postgrado

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO

con D.N.I.XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 600 horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2015
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente EURO/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 1 de Diciembre de 2015

La Dirección General

El/La Interesado/a

JESÚS MORENO HIDALGO

SELLO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

Descripción

Si trabaja en el sector del turismo y desea especializarse en la funciones de promoción de servicios y gestión de unidades de información y distribución turística este es su momento, con el Master en Gestión de Unidades de Información y Técnicas de Venta de Servicios Turísticos podrá adquirir los conocimientos oportunos para desarrollar esta labor con éxito.

Objetivos

- Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran.
- Analizar las relaciones comerciales, operativas y contractuales de las agencias de viajes y tour-operadores con los diferentes proveedores de servicios turísticos.
- Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta.
- Desarrollar los procesos de ventas y reservas de transportes, viajes combinados, excursiones y traslados y aplicar los procedimientos establecidos
- Desarrollar acciones promocionales aplicables en agencias de viajes y describir y aplicar técnicas de promoción de ventas y de negociación.
- Utilizar los soportes informáticos de uso habitual en el sector.
- Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente de uso común en establecimientos turísticos, a fin de satisfacer sus expectativas y materializar futuras estancias.
- Confeccionar los presupuestos del departamento o área de su responsabilidad, efectuando el seguimiento económico y el control presupuestario.
- Establecer la estructura organizativa de la unidad de información y distribución de oferta turística, determinando y organizando los recursos necesarios para el logro de los objetivos.
- Integrar y dirigir al personal dependiente, involucrándolo en los objetivos y motivándolo para que tenga una alta capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes y desarrolle su profesionalidad.

A quién va dirigido

El Master en Gestión de Unidades de Información y Técnicas de Venta de Servicios Turísticos está dirigido a todas aquellas personas que se dedican al mundo de la hostelería y turismo, más concretamente a la promoción turística y que pretendan obtener conocimientos relacionados con la gestión de unidades de información y venta de servicios turísticos.

Para qué te prepara

El Master en Gestión de Unidades de Información y Técnicas de Venta de Servicios Turísticos le prepara para conocer a fondo el entorno del turismo en relación con las técnicas de promoción y venta de servicios de este sector, así como para aplicar procesos de información turística.

Salidas Laborales

Hostelería / Turismo /Información turística / Promoción y venta de servicios turísticos.

Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Comunicación y Atención al Cliente en Hostelería y Turismo'
- Manual teórico 'Procesos de Gestión de Calidad en Hostelería y Turismo'
- Manual teórico 'Productos, Servicios y Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Gestión de Sistemas de Distribución Global (GDS)'
- Manual teórico 'Asesoramiento, Venta y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos'
- Manual teórico 'Procesos de Gestión de Unidades de Información y Distribución Turística'
- Manual teórico 'Marketing y Ventas'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Marketing y Ventas'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay
Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses + Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono (+34) 958 050 217 e infórmate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.
En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.
30% Beca Desempleo: Para quienes atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.
10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.
El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.
Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.
Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.
Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado.**



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa,** donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online

Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.

Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.

Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.

Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.

Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.

Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.

Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.

Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.

Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos

Temario

PARTE 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

PARTE 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:

PARTE 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 on line de clientes

PARTE 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

PARTE 5. 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

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

PARTE 6. 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 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 del mercado
3.Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas

PARTE 7. MARKETING Y VENTAS

MÓDULO 1. MARCO ESTRATÉGICO COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INDICADORES MICROECONÓMICOS Y MACROECONÓMICOS PARA LA VENTA

1.Ley de la oferta y demanda
2.El precio y la elasticidad de la demanda
3.Indicadores económicos
4.Economía monetaria: Dinero e inflación
5.Crecimiento económico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1.Concepto y tipología del entorno
2.Análisis del entorno general (PEST/EL)
3.Análisis del entorno específico
4.Análisis de PORTER
5.Amenaza de entrada de nuevos competidores
6.Amenaza de productos sustitutivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

1.El perfil estratégico de la empresa
2.Análisis DAFO
3.Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4.Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5.Matriz General-Electric McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6.Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO Y EVOLUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS

1.Los distintos enfoques de ventas
2.Venta tradicional
3.Venta consultora
4.Venta estratégica
5.Venta asociativa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1.El entorno de las organizaciones
2.El mercado: concepto y delimitación
3.El mercado de bienes de consumo
4.El mercado industrial
5.El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1.Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
3.Las estrategias de cobertura del mercado
4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

MÓDULO 2. ESTRATEGIA Y PLAN DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOLOGÍAS DE VENTAS

1.Venta directa
2.Venta a distancia
3.Venta multinivel
4.Venta personal
5.Otros tipos de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PLATAFORMA COMERCIAL. RELACIONES PROVEEDORES-CLIENTES

1.Contextualización de las relaciones fabricantes-distribuidores
2.Técnicas de negociación con proveedores
3.Red de proveedores y clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE VENTAS. PREVISIÓN DE CUOTAS Y VENTAS

1.Métodos de previsión y utilidad
2.Análisis geográfico de las zonas de ventas
3.Fijación de objetivos
4.Diferencias entre objetivos y previsiones
5.Cuotas de actividad
6.Cuotas de participación
7.Cuotas económicas y financieras
8.Estacionalidad
9.El plan de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

1.Análisis de la sensibilidad del precio
2.Discriminación de precios
3.Estrategias de precio
4.Políticas de descuento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1.Objetivos y factores de los programas de fidelización
2.Conceptos de fidelización
3.Programas multisectoriales
4.Captación y fidelización de clienteS
5.Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EXPERIENCE CUSTOMER

1.Cómo monitorizar la experiencia del cliente
2.Métricas de satisfacción y experiencia del cliente
3.Generando valor añadido a cada cliente
4.Neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 7. KEY ACCOUNT MANAGER

1.El rol del KAM
2.Tipos de estrategias segmentadas por cliente
3.Creación de relaciones duraderas (fidelización)
4.Negoción de grandes cuentas y clientes potenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL PUNTO DE VENTA

1.Merchandising
2.Condiciones ambientales
3.Captación de clientes
4.Diseño interior
5.Situación de las secciones
6.Zonas y puntos de venta fríos y calientes
7.Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA

1.Proceso de planificación de la empresa
2.Estructura del control
3.Organización del proceso presupuestario
4.Ejercicio resuelto. Dossier de seguimiento presupuestario

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROL PRESUPUESTARIO

1.El control presupuestario: introducción
2.Seguimiento y control del presupuesto de explotación
3.Seguimiento y control de las inversiones y las fuentes de financiación
4.Seguimiento y control del presupuesto de tesorería
5.Ejercicio resuelto. Desviaciones en ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CREACIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES COMPETITIVOS

1.Técnicas básicas de selección de personal
2.La heterogeneidad del grupo
3.Diferentes tipos de equipo
4.Estrategias de cohesión y comunicación en el equipo
5.Determinación de roles dentro del equipo de ventas