ESIBE ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO

Máster MBA en Dirección Estratégica de Agencias de Viajes + Titulación Universitaria





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos **ESIBE**

2 | **Rankings**

3 | **Alianzas** y acreditaciones

4 | By **EDUCA EDTECH Group**

5 | **Metodología LXP**

6 | **Razones** por las que elegir ESIBE

7 | Financiación y **Becas**

8 | Métodos de **pago**

9 | **Programa** Formativo

10 | **Temario**

11 | Contacto

ESIBE
ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO

SOMOS ESIBE

ESIBE es una **institución Iberoamericana de formación en línea** que tiene como finalidad potenciar el futuro empresarial de los profesionales de Europa y América a través de masters profesionales, universitarios y titulaciones oficiales. La especialización que se alcanza con nuestra nueva **oferta formativa** se sustenta en una metodología en línea innovadora y unos contenidos de gran calidad.

Ofrecemos a nuestro alumnado una **formación de calidad sin barreras físicas,** flexible y adaptada a sus necesidades con el finde garantizar su satisfacción y que logre sus metas de aprendizaje más ambiciosas. Nuestro modelo pedagógico se ha llevado a miles de alumnos en toda Europa, enriqueciendo este recorrido de la mano de **universidades de prestigio,** con quienes se han alcanzado alianzas.



ESIBE
ESCUELA IBEROAMERICANA
DE POSTGRADO



Conectamos continentes,

Impulsamos conocimiento



QS, sello de excelencia académica

ESIBE: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE ESIBE

ESIBE ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias a sus programas de Master profesionales y titulaciones oficiales.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean indicadores como la excelencia académica, la calidad de la institución, el perfil de los profesionales.

Financial Magazine
Economía, Educación & Centros de Formación

Ranking Educativo
Innovatec



ALIANZAS Y ACREDITACIONES































BY EDUCA EDTECH

ESIBE es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group,** que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online.** Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.

EDUCA EDTECH Group

ONLINE EDUCATION

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

inesem business school

INEAF BUSINESS SCHOOL

red educa.net

inesalud

EDU SPORT

oposiciones docentes

educaopen

Educa.Pro

EDUCA business school

ESIBE ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO

INNOVA SCHOOL OF MANAGEMENT

Educa UNIVERSITY

ceupe European Business School

Structuralia Engineering eLearning

UDAVINCI

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR ESIBE

1. Formación Online Especializada

Nuestros alumnos aceden a un modelo pedagógico innovador de **más de 20 años de experiencia educativa** con Calidad Europea.



2. Metodología de Educación Flexible



100% ONLINE

Con nuestra metodología estudiaran **100**% **online**



PLATAFORMA EDUCATIVA

Nuestros alumnos tendran **acceso los 365 días del año** a la plataforma educativa.



3. Campus Virtual de Última Tecnología

Contamos con una plataforma avanzada con **material adaptado a la realidad empresarial**, que fomenta la participación, interacción y comunicación on alumnos de distintos países.

4. Docentes de Primer Nivel

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todoss en activo y con amplia experiencia profesional.



ESIBE
ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO



5. Tutoría Permanente

Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. Bolsa de Empleo y Prácticas

Nuestros alumnos tienen acceso a **ofertas de empleo y prácticas**, así como el **acompañamiento durante su proceso de incorporación al mercado laboral** en nuestro ámbito nacional.

7. Comunidad Alumni

Nuestros alumnos tienen acceso automático a servicicos completementarios gracias a una **Networking formada con alumnos en los cincos continentes**.



8. Programa de Orientación Laboral

Los alumnos cuentan con **asesoramiento personalizado** para mejorar sus skills y afrontar con excelencia sus procesos de selección y promoción profesional.



9. Becas y Financiación

Nuestra Escuela ofrece **Becas para profesionales latinoamericanos y finaciación sin intereses y a la medida**, de modo que el factor económico no sea un impedimento para que los profesionales tengan acceso a una formación internacional de alto nivel.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca **ALUMNI**

20% Beca **DESEMPLEO**

15% Beca **EMPRENDE**

15% Beca **RECOMIENDA**

15% Beca **GRUPO**

20% Beca **FAMILIA NUMEROSA**

20% Beca **DIVERSIDAD FUNCIONAL**

20% Beca **PARA PROFESIONALES, SANITARIOS, COLEGIADOS/AS**



MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:

educapay

Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.

mastercard maestro VISA PayPal

bizum amazon pay Pay Pay

Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:

OXXO mercado pago DISCOVER efecty Diners Club INTERNATIONAL CMR Falabella

y muchos más...

CONFIANZA ONLINE

Protección al Comprador

ESIBE
ESCUELA IBEROAMERICANA
DE POSTGRADO

Máster MBA en Dirección Estratégica de Agencias de Viajes + Titulación Universitaria

DURACIÓN
1500 horas

MODALIDAD
ONLINE

ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO

CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master MBA en Dirección Estratégica de Agencias de Viajes con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Planificación de Destinos Turísticos con 5 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública. - Titulación Oficial homologada por Amadeus España en Reservas Aéreas Transaccional (25 horas) - Titulación Oficial homologada por Amadeus España en Tarifas y Emisión de Billetes (40 horas) - Titulación Oficial homologada por Amadeus España en Reemisiones y Reembolsos (12 horas) - Titulación Oficial homologada por Amadeus España en Hoteles (8 horas) - Titulación Oficial homologada por Amadeus España en Coches (8 horas)



Descripción

Si quiere especializarse en el entorno del turismo y conocer los aspectos esenciales sobre la dirección y gestión de agencias de viajes este es su momento, con el Master MBA en Dirección Estratégica de Agencias de Viajes podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de la mejor manera posible. El objetivo primordial de este Master MBA en Dirección Estratégica de Agencias de Viajes consiste en la capacitación del alumno/a para el desarrollo de la dirección y gestión de una Agencia de Viajes, adquiriendo las competencias necesarias para llevar a cabo el análisis de su estructura organizativa y funcional, gestiones de marketing y recursos humanos, así como el dominio de los diferentes tipos de venta, ofreciendo siempre la máxima calidad en el servicio a sus clientes. Además si estas interesado en montar una agencia de viajes este es su Master.

Objetivos

- Ofrecer un acercamiento al mercado turístico y a la organización de las Agencias de viajes.
- Diseñar una estrategia efectiva para las Agencias de Viajes, atendiendo a la dimensión y planificación del proyecto.
- Gestionar la demanda turística e identificar las características de las diferentes ofertas.
- Aprender a montar una agencia de viajes.
- Conocer la función del marketing en la empresa e identificar las características de un plan de marketing
- Adquirir los conocimientos para comprender las características y utilidades de las técnicas de análisis, valoración y retribución de puestos de trabajo.
- Conocer el funcionamiento del contrato de trabajo, así como las implicaciones legales que posee.
- Conectar y desconectar el sistema con su clave de agencia.

- Buscar los códigos de ciudades y compañías aéreas.
- Realizar consultas de vuelos, horarios y disponibilidad.
- Crear una reserva con los elementos mínimos.
- Usar los elementos opcionales de una reserva, y su funcionalidad.
- Proceder a la cancelación de una reserva y asociar los elementos de la misma.
- Proceder a la recuperación de una reserva.
- Conocer las funciones básicas de reservas de coches en un entorno real de trabajo, usando una plataforma rápida y guiada.
- Asimilar y dominar el funcionamiento de las tarifas y la gestión de la emisión de billetes a través de Amadeus.
- Conocer las funciones básicas de la aplicación de reemisiones y reembolsos en el entorno real de la agencia de viajes, siendo capaz de realizarlos cumpliendo la normativa.

Para qué te prepara

El Master MBA en Dirección Estratégica de Agencias de Viajes está dirigido a profesionales que desarrollan su actividad en Agencias de Viajes, directivos, gestores, mayoristas, etc. Así como a estudiantes y desempleados que quieran formarse y trabajar en el sector turístico, y/o montar una agencia de viajes.

A quién va dirigido

Este Master MBA en Dirección Estratégica de Agencias de Viajes le prepara para llevar a cabo todas las funciones que un profesional del sector turístico puede ejercer: desde la planificación y producción de viajes, el asesoramiento y venta de servicios y productos turísticos o la tramitación y reserva de vuelos, paquetes turísticos, hoteles, reserva de transporte, etc., a la dirección y gestión de una Agencia de Viajes. También para aquellas personas que quieran montar una agencia de viajes.

Salidas laborales

Agencias de Viajes. Centrales de reservas. Empresas vinculadas al sector turístico, etc.

TEMARIO

PARTE 1. GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES Y EVENTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA AGENCIA DE VIAJES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA AGENCIA 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 de una agencia de viajes
    1. - Departamento técnico o de producto
    2. - Departamento comercial o de marketing
    3. - Departamento de ventas
    4. - Departamento de administración y finanzas
5. Los niveles de responsabilidad y gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO NORMATIVO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Legislación sectorial: Agencias de Viajes
    1. - Derecho Comunitario
    2. - Normativa Estatal
    3. - Normativa autonómica de Agencias de Viajes
2. Las Agencias de Viajes: Servicios Turísticos de intermediación
    1. - La Licencia o título y la fianza
    2. - Las Agencias de viajes extranjeras
    3. - Las ayudas públicas
3. Los contratos turísticos
    1. - Clasificación de los contratos turísticos
    2. - Sujetos que intervienen en la contratación turística
4. Régimen jurídico del empresario turístico
    1. - Los derechos y obligaciones de las Agencias de Viajes
    2. - La responsabilidad del empresario
5. Los usuarios de servicios turísticos o turistas
    1. - Derechos de los turistas
6. Derechos de los consumidores en los Viajes Combinados
7. La sanción administrativa turística

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES DE INFORMACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y DE EVENTOS TURÍSTICOS

1. Fuentes de información impresas

    1. - Información turística general
    2. - Información técnica para agencias de viajes
2. Fuentes de información mecanizadas
    1. - Informática turística aplicada al sector
    2. - Programas de gestión para agencias de viajes
    3. - La distribución telemática en las agencias de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INTERMEDIACIÓN EN LA RESERVA Y VENTA DE ALOJAMIENTOS

1. El mundo de la hostelería
    1. - Conceptos hosteleros generales
2. Modalidades de alojamientos
3. Relaciones entre Agencias de Viajes y empresas de alojamiento
    1. - Procedimientos y normas de reserva
    2. - Los contratos y los acuerdos
    3. - Tipos de retribución en la venta 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 la relación con los hoteles

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE VIAJES Y EVENTOS TURÍSTICOS

1. Introducción
2. Promoción de los paquetes turísticos a la oferta
3. Venta de viajes programados
    1. - Selección del producto
    2. - Procedimiento de reserva y cálculo de precios
    3. - Emisión de la documentación
4. Elaboración y programación de un paquete turístico
    1. - Creación o diseño del producto
    2. - Planificación del itinerario
    3. - Elección de proveedores
    4. - Cálculo del presupuesto del viaje
    5. - Cálculo del índice de ocupación o punto muerto
    6. - Elaboración y diseño del folleto y/o proyecto de viaje
    7. - Presentación del producto
    8. - Formalización y realización
    9. - Control de calidad y seguimiento de la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA SOSTENIBLE

1. Turismo y sostenibilidad
2. Impacto del turismo
    1. - Problemas medioambientales
    2. - Problemas económicos
    3. - Problemas socioculturales

3. Comercialización del turismo sostenible
4. Creación de destinos sostenibles

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE AÉREO

1. Introducción
2. Principales organismos y convenios que regulan el tráfico aéreo
    1. - Organismos Internacionales
    2. - Convenios internacionaleS
3. Tarifas aéreas
4. Relaciones entre compañías aéreas regulares y Agencias de Viajes
5. Documentos de tráfico aéreo
6. Transporte aéreo especial
    1. - Pasajeros que necesitan atenciones especiales
    2. - Equipajes
    3. - Animales vivos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DEL TRANSPORTE FERROVIARIO

1. Introducción
2. Oferta ferroviaria nacional
    1. - Trenes regulares nacionales
    2. - Trenes turísticos nacionales
    3. - Trenes chárter nacionales
    4. - Otros servicios de RENFE
3. Oferta ferroviaria europea
    1. - Trenes regulares
    2. - Trenes especiales
    3. - Principales compañías ferroviarias europeas
4. Guías y horarioS
5. Tarifas ferroviarias
    1. - Tarifas ferroviarias nacionales
    2. - Tarifas ferroviarias internacionales
6. Relaciones entre RENFE y las Agencias de Viajes
7. El billete de tren

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE ACUÁTICO

1. Introducción
2. Servicios acuáticos de las Agencias de Viajes españolas
    1. - Transporte marítimo regular
    2. - Transporte discrecional o turístico

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 12. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS Y VIAJES PROFESIONALES

1. Seguro de viajes o turístico
    1. - Tipos de seguro de viaje
    2. - Riesgos que incluye el seguro de viaje
    3. - Reserva, cálculo de tarifas y emisión de la documentación
2. Guías y animadores turísticos
    1. - Tipos de guías
    2. - Relaciones de animadores y guías turísticos con las Agencias de Viajes
3. Otras actividades
4. Los viajes Profesionales
    1. - Viajes individuales
    2. - Viajes colectivos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. TÉCNICAS DE MARKETING Y VENTAS EN LAS AGENCIAS DE VIAJES Y EVENTOS TURÍSTICOs

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
    1. - Proceso de marketing
    2. - 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
    1. - La misión y la cultura de la empresa
    2. - La elaboración del plan
8. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
9. Etapas para elaborar un plan de marketing
    1. - Análisis de la situación
    2. - Diagnóstico de la situación
    3. - Definición de los objetivos
    4. - Estrategias
    5. - Planes de acción y presupuestos
    6. - Control del plan
10. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 14. CALIDAD EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN AGENCIAS DE VIAJES

1. Introducción. La Calidad del Servicio y Atención al Cliente
    1. - La Calidad del Servicio
    2. - Atención al Cliente

    3. - Competencias del Profesional en Atención al Cliente
    4. - Habilidades Sociales
    5. - Atención a quejas y reclamaciones
2. El Cliente
    1. - Tipos de Clientes

PARTE 2. MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
    1. - Clasificación de la demanda
    2. - Demanda turística internacional y nacional
3. Pautas para investigar la demanda viajera
    1. - Fuentes y técnicas de recogida de información
    2. - Factores que determinan la evolución de la demanda turística
    3. - Parámetros básicos de la investigación
4. Segmentación de la demanda turística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
    1. - Proceso de marketing
    2. - Marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
    1. - Investigación turística

    2. - Segmentación del mercado
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones
    1. - Técnicas de motivación
    2. - Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
    1. - Las funciones del director de marketing
    2. - Dirección y plan de marketing
3. El director de marketing como estratega
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
    1. - La misión y la cultura de la empresa
    2. - La elaboración del plan
3. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
    1. - Análisis de la situación
    2. - Diagnóstico de la situación
    3. - Definición de los objetivos
    4. - Estrategias
    5. - Planes de acción y presupuestos
    6. - Control del plan
5. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
    1. - Competencia comercial
    2. - Precios y condiciones comerciales
3. Distribución del producto
4. Imagen y publicidad
    1. - Imagen de la Agencia de Viajes
    2. - Publicidad de la Agencia de Viajes
5. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación

3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
    1. - E-Comunicación
    2. - E-mail marketing
5. La comunicación de destinos turísticos

PARTE 3. PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

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

1. Concepto de turismo
2. El sistema turístico. Partes o subsistemas
3. El mercado turístico
4. La demanda turística
5. Pautas para investigar la demanda viajera
6. La oferta turística. Componentes de la oferta turística
7. Evolución histórica del turismo. Situación y tendenciasco
8. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados
9. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados
10. Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y CULTURAL

1. Diferenciación de conceptos generales y clasificación
2. Aspectos legales. Niveles de protección. El patrimonio de la humanidad. El papel de la UNESCO. Los bienes de interés cultural o BIC
3. Restauración y conservación. Enfoques y técnicas
4. Museología: diferenciación, clasificación y aspectos técnicos. Geografía descriptiva de los museos. Ámbito regional y local

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL ÁMBITO DEL TURISMO

1. Organización de la calidad
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo
3. Procesos de producción y servicio
4. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
5. Gestión de los datos
6. Evaluación de resultados
7. Propuestas de mejora

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING TURÍSTICO Y PROMOCIÓN DE VENTAS

1. Concepto de Marketing
2. El "Marketing" de servicios. Especificidades
3. Segmentación del mercado
4. El "mercado objetivo"
5. El Marketing Mix
6. Elementos. Estrategias
7. Políticas y directrices de marketing
8. El Plan de Marketing
9. Marketing directo. Técnicas. Argumentarios
10. Planes de promoción de ventas
11. La promoción de ventas
12. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales
13. Normativa legal sobre bases de datos personales
14. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
15. Decisores y prescriptores
16. El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TENDENCIAS DEL MERCADO, CONSUMO RESPONSABLE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto de turismo
2. La oferta turística
3. Situación actual y tendencias del mercado
4. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española
5. Consumo y responsabilidad social empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

1. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales
2. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local
3. Un pequeño resumen de cómo realizar correctamente un proyecto de desarrollo turístico local

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

1. Concepto y características de un producto turístico sostenible
2. Análisis de técnicas para la identificación y catalogación de recursos turísticos
3. Gestión de las áreas naturales, herramientas, conceptos básicos y definiciones
4. Promoción del turismo a las áreas protegidas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TURISMO ALTERNATIVO

1. Descripción de turismo alternativo
2. Concepto y definición
3. Características del turismo alternativo
4. Clasificación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GENERACIÓN DE CADENAS DE VALOR PARA EL TURISMO SOSTENIBLE Y BUENAS PRÁCTICAS

1. Definición y generación de cadenas de valor
2. Pautas para generar cadenas de valor en el turismo sostenible
3. Establecimiento de buenas prácticas
4. Buenas prácticas en la instauración y funcionamiento de las instalaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ESTUDIO TÉCNICO DE DESTINOS TURÍSTICOS

1. Definición y concepto de estudio técnico
2. Objetivos generales y específicos
3. Partes que forman un estudio técnico

UNIDAD DIDÁCTICA 13. CREACIÓN Y GESTIÓN DE PRODUCTOS Y EMPRESAS ECOTURÍSTICAS

1. Definición, conceptos y productos de turismo
2. Situación, visión y gestión del ecoturismo
3. Creación y gestión de productos y empresas ecoturísticas
4. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad
5. Certificados de sostenibilidad y compromiso

UNIDAD DIDÁCTICA 14. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

1. El Medioambiente y sus procesos
2. Empresa y Medioambiente
3. Espacios Naturales Protegidos
4. Tipología de los visitantes y usuarios a los espacios naturales protegidos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

1. Declaraciones internacionales
2. Las políticas de turismo sostenible en la Unión Europea
3. Regulación del turismo sostenible

PARTE 4. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones
2. Liderazgo
3. Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción
2. Utilidad del Plan de Empresa
3. La introducción del Plan de Empresa
4. Descripción del negocio. Productos o servicios
5. Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing
2. Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructura
2. Recursos Humanos
3. Plan Financiero
4. Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto
5. Estructura legal. Forma jurídica

PARTE 5. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Introducción
2. Concepto de planificación de Recursos Humanos
3. Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
4. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes
7. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1. Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2. Marketing de la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación externa
6. Cultura empresarial o corporativa

7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo

MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

1. El contrato de trabajo: capacidad, forma, período de prueba, duración y sujetos
2. Tiempo de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
2. Contratos de trabajo de duración indefinida
3. Contratos de trabajo temporales
4. Contrato formativo para la obtención de la práctica profesional
5. Contrato de formación en alternancia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL. RÉGIMEN GENERAL

1. Introducción. El Sistema de Seguridad Social
2. Regímenes de la Seguridad Social
3. Régimen General de la Seguridad Social. Altas y Bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS Y COTIZACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

1. El Salario: elementos, abono, SMI, pagas extraordinarias, recibo y garantía
2. Cotización a la Seguridad Social
3. Retención por IRPF
4. Relación de ejercicios resueltos: Bases y tipos de contingencias

PARTE 6. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1. Introducción a la contabilidad
2. La dualidad de la contabilidad
3. Valoración contable
4. Anotación contable
5. Los estados contables
6. El patrimonio de la empresa
7. Normativa: Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

1. Planteamiento caso práctico
2. Balance de situación inicial
3. Registro de las operaciones del ejercicio

4. Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
5. Balance de sumas y saldos
6. Cálculo del resultado: beneficio o pérdida
7. Asiento de cierre de la contabilidad
8. Cuentas anuales
9. Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

1. Principios de la contabilidad
2. Valoración de la contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

1. Diferenciación de pagos y cobros
2. Diferenciación de gastos e ingresos
3. Cuentas del grupo 6 y 7
4. Cálculo del resultado contable
5. Contabilización de los gastos
6. Contabilización de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

1. Definición del inmovilizado
2. Integrantes del inmovilizado material
3. Integrantes del inmovilizado intangible
4. Contabilización del inmovilizado
5. Amortización y deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

1. Definición de operaciones de tráfico y clasificación
2. Contabilizar operaciones con clientes y deudores
3. Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores
4. Débitos por operaciones no comerciales

MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. Introducción
2. El trabajo
3. La salud
4. Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5. La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES

1. Introducción
2. Riesgos ligados a las condiciones de seguridad

3. Riesgos higiénicos
4. Riesgos ergonómicos
5. Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
6. El acoso psicológico en el trabajo
7. El estrés laboral

PARTE 7. ADMINISTRACIÓN FISCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

1. El Tributo
2. Hecho imponible
3. Sujeto pasivo
4. Determinación de la deuda tributaria
5. Contenido de la deuda tributaria
6. Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

1. Introducción
2. Elementos del impuesto
3. Rendimientos del trabajo
4. Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

1. Rendimientos de capital inmobiliario
2. Rendimientos de capital mobiliario
3. Ganancias y pérdidas patrimoniales
4. Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
5. Liquidación del impuesto
6. Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

1. Naturaleza del impuesto
2. Hecho imponible
3. Operaciones no sujetas y operaciones exentas
4. Lugar de realización del hecho imponible
5. Devengo del impuesto
6. Sujetos pasivos
7. Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
8. Base imponible
9. Tipos de Gravamen
10. Deducción del impuesto
11. Gestión del Impuesto
12. Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

1. Naturaleza y ámbito de aplicación
2. Hecho imponible
3. Sujeto Pasivo
4. Base imponible
5. Periodo impositivo y devengo del impuesto
6. Tipo impositivo
7. Bonificaciones y Deducciones
8. Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión
9. Régimen especial de las fusiones y escisiones
10. Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
11. Otros regímenes especiales
12. Gestión del impuesto

PARTE 8. SISTEMAS DE RESERVAS ON-LINE PARA AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Concepto de comercio electrónico
2. Categorías del comercio electrónico
3. Aportaciones del comercio electrónico a la empresa
4. Ventajas e inconvenientes del comercio electrónico en internet

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NATURALEZA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Concepto y evolución de las agencias de viajes
2. Funciones de las agencias de viajes
3. Clasificación de las agencias de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. 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. Las motivaciones turísticas
7. La distribución del turismo en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FUENTES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Tipos de información a obtener y procesar
2. Identificación, valoración y clasificación 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. Sistemas de archivo: bancos y bases de datos
6. Intercambio de información entre centros y redes de información
7. Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino
8. Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE RESERVAS DE HABITACIONES Y SERVICIOS PROPIOS DE ALOJAMIENTOS

1. Tratamiento y análisis del estado de reservas
2. Procedimientos de recepción, aceptación, confirmación, modificación y cancelación de reservas
3. Utilización de programas informáticos específicos de reservas
4. Emisión de informes o listados. La “rooming list”
5. Legislación sobre reservas. La figura del “Overbooking”

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 online

UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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 DIDÁCTICA 10. UTILIZACIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN (GSD) 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 9. EXPERTO EN RESERVAS AÉREAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACCESO AL SISTEMA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PáGINAS DE AYUDA Y CODIFICACIóN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONSULTA DE VUELOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELEMENTOS DE ITINERARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS OBLIGATORIOS DE RESERVA

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELEMENTOS OPCIONALES DE RESERVA.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CIERRE Y RECUPERACIóN DE RESERVAS.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MODIFICACIóN Y CANCELACIóN DE RESERVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PETICIóN DE SERVICIOS ESPECIALES.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TARJETA DE PASAJERO FRECUENTE.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. HISTóRICO DE RESERVAS.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PNR OBSOLETOS.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. SISTEMA DE COLAS

PARTE 10. CURSO DE TARIFAS Y EMISIÓN DE BILLETES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TARIFAS AÉREAS

1. Consulta de tarifas entre dos puntos.
2. Consulta de tarifas de un itinerario
3. Entradas de seguimiento.
4. Tarificación de una reserva
5. Opciones de tarificación.
6. El TST, registro de tarifa.
7. Master Pricer Expert
8. Descuentos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EMISIÓN DE BILLETES

1. Elementos de emisión.
2. Emisión de billete
3. Creación de EMD
4. Cancelación de billetes
5. Light Ticketing.
6. Liquidaciones.

PARTE 11. CURSO DE REEMISIONES Y REEMBOLSOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REEMISIONES

1. Conceptos y terminología.
2. Revalidaciones.
3. Introducción a las reemisiones manuales.
4. Reemisiones a valor cero
5. Reemisiones con penalización
6. Reemisión con diferencia de tarifa y penalización
7. Amadeus Ticket Changer.
8. Reemisión de Light Ticketing.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REEMBOLSOS

1. Introducción al curso de reembolso transaccional.
2. Reembolso total.
3. Reembolso parcial.
4. Reembolso de tasas.
5. ATC Refund.

PARTE 12. CURSO DE AMADEUS: COCHES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COCHES: ACCESO AL SISTEMA Y PERFIL DE AGENCIA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BÚSQUEDA DE COCHES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISPONIBILIDAD DE COCHES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESERVA DE COCHE

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COCHES: MODIFICACIÓN Y CANCELACIÓN

PARTE 13. CURSO DE AMADEUS: HOTELES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HOTELES: ACCESO AL SISTEMA Y PERFIL DE AGENCIA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BÚSQUEDA DE HOTELES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISPONIBILIDAD DE HOTELES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESERVA DE HABITACIÓN DE HOTEL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HOTELES: RECUPERACIÓN Y CANCELACIÓN.

ESIBE
ESCUELA IBEROAMERICANA
DE POSTGRADO

By
EDUCA EDTECH
Group