

Máster en Venta de Productos y Servicios Turísticos + 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**

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 fin de 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.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales



Conectamos continentes,
Impulsamos conocimiento



QS, sello de excelencia académica
ESIBE: 5 estrellas en educación online

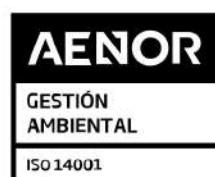
RANKINGS DE ESIBE

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.



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.



ONLINE EDUCATION



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 acceden 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 estudiarán **100% online**



PLATAFORMA EDUCATIVA

Nuestros alumnos tendrán **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**, todos en activo y con amplia experiencia profesional.





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 servicios complementarios gracias a una **Networking formada con alumnos en los cinco 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 financiación 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:



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



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Máster en Venta de Productos y Servicios Turísticos + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Venta de Productos y Servicios Turísticos 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 Redes Sociales con 5 Créditos Universitarios ECTS y 125 horas



Descripción

El turismo es un sector dinámico y en constante crecimiento, lo que exige profesionales altamente capacitados en la venta y promoción de servicios turísticos. Nuestro Master en Venta de Productos y Servicios Turísticos se define por una formación integral que abarca desde la comunicación efectiva con clientes, hasta el dominio de los sistemas de distribución global. A través de un currículo que combina destinos exóticos y hospitalidad, estrategias de marketing y redes sociales, gestión de calidad, y conocimientos administrativos, el curso procura dotar a los estudiantes de habilidades imprescindibles para prosperar en la industria. La parte de idiomas fortalece la comunicación internacional, un pilar para el éxito en este ámbito. Optar por nuestra titulación no solo es elegir una educación actualizada a las tendencias del mercado sino también abrir una puerta hacia oportunidades globales en el vibrante mundo turístico.

Objetivos

Los objetivos que se pretenden conseguir por parte del alumno en la realización de este Máster Venta de Productos y Servicios Turísticos son:

- Vender servicios turísticos y viajes.
- Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes.
- Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
- Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.
- Conocer las principales ventajas y desventajas del uso de las Redes Sociales en la venta de Productos y Servicios Turísticos.

Para qué te prepara

Este Máster en Venta de Productos y Servicios Turísticos está dirigido a profesionales del sector turístico, agentes de viajes, y personal de hoteles que buscan profundizar en técnicas de venta y comercialización. Ideal para quienes aspiran a mejorar la atención al cliente, gestionar destinos turísticos, manejar sistemas de distribución global (GDS), implementar procesos de calidad en el sector, y potenciar el uso de redes sociales e inglés profesional para impulsar sus servicios turísticos.

A quién va dirigido

El Master en Venta de Productos y Servicios Turísticos te capacita en técnicas avanzadas de comunicación, atención al cliente y asesoramiento especializado en turismo. Aprenderás la gestión estratégica de productos y destinos turísticos, dominando herramientas como G.D.S. para una distribución efectiva. Profundizarás en procesos administrativos y de calidad en hostelería, además de adquirir habilidades en inglés para turismo. Serás experto en el uso de redes sociales para la promoción y venta en el sector, preparándote para liderar en el dinámico mercado turístico.

Salidas laborales

El alumno que curse este Máster Venta de Productos y Servicios Turísticos podrá llevar a cabo su actividad en unidades productivas en agencias de viajes y otras entidades dedicadas a la distribución turística (centrales de reservas, sistemas de distribución turística, representantes de prestatarios de servicios, etc.), ya sea como personal de contacto o en puestos de supervisión. Esto lo podrá realizar por cuenta ajena o propia.

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 por carretera
4. El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular
5. El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

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

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

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

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

1. Concepto de Marketing
2. Segmentación del mercado
3. El Marketing Mix
4. El Plan de Marketing
5. Marketing directo
6. Planes de promoción de ventas
7. 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 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 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. 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 7. 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 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 propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESTACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN INGLÉS

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

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

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

PARTE 9. REDES SOCIALES EN LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPERTO EN TECNOLOGÍAS DE LA WEB 2.0

1. Origen de la Web 2.0
2. Principales características de la Web 2.0

3. Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos
4. Ventajas de la Web 2.0
5. Nuevas tendencias: la Web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERTO EN APLICACIONES WEB 2.0

1. Introducción
2. Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones en línea
5. Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
6. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES Y WEB 2.0

1. Medios sociales
2. Redes sociales
3. Blogs
4. Microblogging
5. Wikis
6. Podcast
7. Plataformas de vídeo
8. Plataformas de fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

1. Historia de las redes sociales
2. Definición de las redes sociales
3. Diccionario básico de las redes sociales
4. Servicios de redes sociales
5. Importancia e impacto social de las redes sociales
6. Profesiones de las redes sociales
7. Ventajas y desventajas de las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

1. Redes sociales generales
2. Redes sociales especializadas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MOBILE SOCIAL MEDIA: LOS SMARTPHONES

1. Los smartphones
2. El potencial del móvil para las redes sociales
3. Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales
4. Del Social Media al Social Media Móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 7. USO RESPONSABLE DE LAS REDES SOCIALES

1. Introducción al uso responsable de las redes sociales
2. Aspectos a tener en cuenta ante una conexión en red

3. Menores e incapaces en las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES EN REDES SOCIALES

1. Servicios en las Redes Sociales
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4. Protección de la Propiedad Intelectual
5. Protección de los consumidores y usuarios
6. Delitos en las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

