



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Máster en Procesos de Venta de Productos y Servicios Turísticos + Titulación Universitaria



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



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

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, **los 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).

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.

Máster en Procesos de Venta de Productos y Servicios Turísticos + Titulación Universitaria

**DURACIÓN:**

1.500 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.495 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CRÉDITOS:**

5,00 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Procesos de Venta de Productos y Servicios Turísticos con 1500 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 Planificación de Destinos Turísticos con 5 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 UNESCO).



- Describir el sistema turístico e identificar los elementos que lo componen.
- Identificar y explicar los factores que influyen en la demanda turística individual y en la demanda turística agregada a un destino turístico.
 - Reconocer y clasificar los componentes de la oferta turística, y explicar las características de los distintos servicios y productos turísticos.
- Describir las variables que determinan la evolución y tendencias de la demanda y de la oferta turística.
- Reconocer los segmentos de la demanda del mercado turístico actual y describir sus características.
- Identificar y clasificar los medios de transporte, comparando y evaluando sus características diferenciales desde el punto de vista de la demanda.
- 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.
- Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales. - 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, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales.
- Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal, emitidos en el ámbito de la actividad turística
Interpretar los aspectos generales de mensajes y documentos de cierta complejidad escritos en inglés, recibidos o utilizados en el ámbito de la actividad turística, extrayendo la información relevante
- Colaborar durante los procesos de ventas y reservas de viajes combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos, utilizando los soportes manuales o informáticos de uso habitual en el sector
- Colaborar en la definición de ofertas de eventos que contemplen distintos segmentos de mercado y sus necesidades específicas, teniendo en cuenta ventajas competitivas e identificando las vías de comercialización más adecuadas

A quién va dirigido

Este Master en Procesos de Venta de Productos y Servicios está dirigido a todas aquellas personas interesadas en el ámbito de Hostelería y Turismo y quieran especializarse en Procesos de Venta de Productos y Servicios.

Para qué te prepara

Este Master en Procesos de Venta de Productos y Servicios e prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en Procesos de Venta de Productos y Servicios.

Salidas Laborales

Hostelería y Turismo.

-

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.

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. 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.Vías de comunicación
- 3.Alquiler de automóviles
- 4.Servicios de autocares
- 5.Principales compañías
- 6.Transporte por ferrocarril
- 7.Tipos de trenes
- 8.Principales líneas de ferrocarriles
- 9.Emisión de billetes de transporte de ferrocarril
- 10.Principales compañías
- 11.Transporte acuático
- 12.Características
- 13.Puertos .Clasificación. Modalidades y servicios en los transportes marítimos
- 14.Características y clases de barcos
- 15.Principales compañías navieras
- 16.Los cruceros: compañías, rutas, tarifas
- 17.Transporte aéreo
- 18.Tipos y funciones de las compañías aéreas
- 19.Transporte aéreo comercial
- 20.Compañías aéreas regulares
- 21.Tipos de servicios

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
- 4.Prestaciones. Reservas
- 5.Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico
- 6.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.El producto sol y playa
- 3.Análisis del turista de sol y playa
- 4.Las playas españolas
- 5.Costas peninsulares
- 6.Turismo de naturaleza y turismo activo
- 7.Ecoturismo. Turismo rural
- 8.Los parques nacionales y naturales

9. Actividades terrestres, acuáticas, aéreas, mixtas y de multiaventura
10. Productos turísticos unidos a deportes de aventura y a deportes tradicionales
11. Análisis de la demanda
12. Turismo cultural y religioso
13. Patrimonio cultural y religioso de España
14. Destinos e itinerarios del producto cultural y religioso. Imagen y comercialización
15. Análisis de la demanda
16. Turismo profesional
17. Turismo profesional en España
18. Principales destinos
19. Análisis de la demanda del turismo profesional
20. Turismo social y de salud
21. Turismo de salud y belleza: aguas termales y balnearios
22. Turismo social
23. Turismo de idiomas, temático y residencial
24. Análisis de la demanda del turismo social y de salud

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

1. Europa
2. Importancia y evolución del turismo en Europa
3. Las grandes ciudades europeas
4. Destinos de costa
5. Análisis de la demanda de turismo de Europa
6. África
7. Geografía, economía y sociedad
8. Principales destinos turísticos en África: desierto, safaris, islas y playas
9. Análisis de la demanda
10. América del Norte
11. Geografía, economía y sociedad
12. Ciudades de América del Norte
13. Destinos de naturaleza
14. Análisis de la demanda
15. América Central y América del Sur
16. Geografía, economía y sociedad
17. Ciudades
18. Destinos naturales
19. Suramérica
20. Destinos culturales
21. Destinos arqueológicos
22. Turismo activo

- 23. Análisis de la demanda
- 24. Asia
- 25. Geografía, economía y sociedad
- 26. Oriente Próximo
- 27. Oriente Medio y Asia central
- 28. Asia meridional
- 29. Sudeste asiático
- 30. China y Extremo Oriente
- 31. Análisis de la demanda
- 32. Oceanía
- 33. Principales destinos turísticos en Oceanía: Australia, Nueva Zelanda e Islas del
- 34. Pacífico
- 35. Destinos especiales
- 36. Análisis de la demanda

PARTE 2. 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
- 5. Europea

PARTE 3. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

- 1. Concepto de distribución de servicios
- 2. Características diferenciales de la distribución turística
- 3. Intermediarios turísticos

4. Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos
5. Las agencias de viajes
6. Funciones que realizan
7. Tipos de agencias de viajes
8. Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes
9. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes
10. La ley de Viajes Combinados
11. Las centrales de reservas
12. Tipos y características
13. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional
14. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado
15. 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. Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAUV (Federación Universal de Agencias de Viajes)
3. Acuerdos y contratos
4. Tipos de retribución en la venta de alojamiento
5. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento: Identificación y uso
6. Reservas directas e indirectas
7. Configuraciones del canal en la venta de alojamiento
8. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación
9. Bonos de alojamiento: Tipos y características
10. Principales proveedores de alojamiento: Cadenas hoteleras y centrales de reservas

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

1. El producto turístico integrado
2. Tipos de viajes combinados
3. Los cruceros

- 4.Tendencias del mercado
- 5.Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas
- 6.Términos de retribución
- 7.Manejo de programas y folletos
- 8.Procedimientos de reservas
- 9.Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados
- 10.Principales tour-operadores nacionales e internacionales
- 11.Grupos turísticos y procesos de integración

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

- 1.La venta de autos de alquiler
- 2.Tarifas y bonos
- 3.La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje
- 4.La venta de excursiones
- 5.Información sobre requisitos a los viajeros internacionales
- 6.Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes
- 7.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.El "Marketing" de servicios
- 3.Especificidades
- 4.Segmentación del mercado
- 5.El "mercado objetivo"
- 6.El Marketing Mix
- 7.Elementos
- 8.Estrategias
- 9.Políticas y directrices de marketing
- 10.El Plan de Marketing
- 11.Características
- 12.Fases de la de marketing
- 13.Planificación de medios
- 14.Elaboración del plan
- 15.Marketing directo
- 16.Técnicas
- 17.Argumentarios
- 18.Planes de promoción de ventas
- 19.La promoción de ventas en las agencias de viajes
- 20.La figura del promotor de ventas y su cometido
- 21.Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas

22. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales
23. Normativa legal sobre bases de datos personales
24. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
25. Decisores y prescriptores
26. El merchandising
27. Elementos de merchandising propios de la distribución turística
28. Utilización del merchandising en las agencias de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Las agencias de viajes virtuales:
2. Evolución y características de la distribución turística en Internet
3. El dominio de la demanda
4. Estructura y funcionamiento
5. La venta en el último minuto
6. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)
7. Utilidades de los sistemas online:
8. Navegadores: Uso de los principales navegadores
9. Correo electrónico, Mensajería instantánea
10. Teletrabajo
11. Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line
12. Modelos de distribución turística a través de Internet
13. Ventajas
14. Tipos
15. Eficiencia y eficacia
16. Servidores online
17. 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. 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 5. PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

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
6. 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 6. 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 tendencias
- 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