Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos

Área: HOSTELERIA Y TURISMO
Modalidad: Teleformación
Duración: 90 h
Precio: 45.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matriculame

CÓDIGO

UF0078

CONTENIDOS

1. La distribución turística

####

1.1. Concepto de distribución de servicios.

####

1.1.1. Características diferenciales de la distribución turística.

####

1.1.2. Intermediarios turísticos.

####

1.1.3. Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.

####

1.2. Las agencias de viajes.

####

1.2.1. Funciones que realizan.

####

1.2.2. Tipos de agencias de viajes.

####

1.2.3. Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.

####

1.3. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.

####

1.3.1. La ley de Viajes Combinados.

####

1.4. Las centrales de reservas.

####

1.4.1. Tipos y características

####

1.5. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.

####

1.6. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.

####

1.7. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

####

2. La venta de alojamiento

####

2.1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:

####

2.1.1. Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAAV (Federación Universal de Agencias de Viajes).

####

2.1.2. Acuerdos y contratos.

####

2.1.3. Tipos de retribución en la venta de alojamiento.

####

2.2. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento:

####

2.2.1. Identificación y uso.

####

2.3. Reservas directas e indirectas:

####

2.3.1. Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.

####

2.4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.

####

2.5. Bonos de alojamiento:

####

2.5.1. Tipos y características.

####

2.6. Principales proveedores de alojamiento:

####

2.6.1. Cadenas hoteleras y centrales de reservas.

####

3. La venta de transporte

####

3.1. 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.

####

3.2. El transporte aéreo chárter. Compañías aéreas chárter y brókers aéreos. Tipos de operaciones chárter. Relaciones. Tarifas

####

3.3. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y *tour*-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.

####

3.4. 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.

####

3.5. El transporte marítimo chárter. Compañías marítimas chárter. Relaciones. Tarifas.

####

4. La venta de viajes combinados

####

4.1. El producto turístico integrado.

####

4.1.1. Tipos de viajes combinados.

####

4.1.2. Los cruceros.

####

4.1.3. Tendencias del mercado.

####

4.2. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.

####

4.2.1. Términos de retribución.

####

4.2.2. Manejo de programas y folletos.

####

4.3. Procedimientos de reservas.

####

4.3.1. Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.

####

4.4. Principales tour-operadores nacionales e internacionales.

####

4.4.1. Grupos turísticos y procesos de integración.

####

5. Otras ventas y servicios de las agencias de viajes

####

5.1. La venta de autos de alquiler.

####

5.1.1. Tarifas y bonos.

####

5.2. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.

####

5.3. La venta de excursiones.

####

5.4. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.

####

5.5. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

####

5.6. Aplicación de cargos por gestión

####

6. El Marketing y la promoción de ventas en las entidades de distribución turística.

####

6.1. Concepto de Marketing.

####

6.1.1. El “Marketing” de servicios.

####

6.1.2. Especificidades.

####

6.2. Segmentación del mercado.

####

6.2.1. El “mercado objetivo”.

####

6.3. El Marketing Mix.

####

6.3.1. Elementos.

####

6.3.2. Estrategias.

####

6.3.3. Políticas y directrices de marketing.

####

6.4. El Plan de Marketing.

####

6.4.1. Características.

####

6.4.2. Fases de la de marketing.

####

6.4.3. Planificación de medios.

####

6.4.4. Elaboración del plan

####

6.5. Marketing directo.

####

6.5.1. Técnicas.

####

6.5.2. Argumentarios.

####

6.6. Planes de promoción de ventas.

####

6.6.1. La promoción de ventas en las agencias de viajes.

####

6.6.2. La figura del promotor de ventas y su cometido.

####

6.6.3. Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.

####

6.6.4. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.

####

6.6.5. Normativa legal sobre bases de datos personales.

####

6.6.6. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.

####

6.6.7. Decisores y prescriptores.

####

6.7. El merchandising.

####

6.7.1. Elementos de merchandising propios de la distribución turística.

####

6.7.2. Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

####

7. Internet como canal de distribución turística

####

7.1. Las agencias de viajes virtuales:

####

7.1.1. Evolución y características de la distribución turística en Internet.

####

7.1.2. El dominio de la demanda.

####

7.1.3. Estructura y funcionamiento.

####

7.1.4. La venta en el último minuto.

####

7.2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)

####

7.3. Utilidades de los sistemas online:

####

7.3.1. Navegadores: Uso de los principales navegadores.

####

7.3.2. Correo electrónico, Mensajería instantánea.

####

7.3.3. Teletrabajo.

####

7.3.4. Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas

####

on line.

####

7.4. Modelos de distribución turística a través de Internet.

####

7.4.1. Ventajas.

####

7.4.2. Tipos.

####

7.4.3. Eficiencia y eficacia**.**

####

7.5. Servidores online

####

7.6. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line**.**

####

8. Páginas web de distribución turística y portales turísticos

####

8.1. El internauta como turista potencial y real.

####

8.2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística

####

8.3. Medios de pago en Internet:

####

8.4. Conflictos y reclamaciones on line de clientes.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.