



EUROINNOVA.ES
Líder en Formación a distancia

Técnico Superior en Venta de Servicios y Productos Turísticos para Agencias de

Técnico Superior en Venta de Servicios y Productos Turísticos para Agencias de Viajes

Duración: 300 horas

Precio: 180 € *

Modalidad: A distancia

* Materiales didácticos, titulación oficial y gastos de envío incluidos.

Descripción

Formación superior para gestionar la venta de servicios y productos turísticos, incluyendo técnicas desde la venta de paquetes vacacionales hasta la utilización de las aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes para atesorar la calidad prestada en el servicio a nivel profesional.



A quién va dirigido

Está dirigido a profesionales que desarrollan su actividad en agencias de viajes, mayoristas, aeropuertos, etc. Estudiantes y desempleados que quieran formarse y trabajar en el sector turístico.

Objetivos

- Desarrollar la gestión económico-administrativa que resulta inherente a la venta de servicios y productos turísticos.
- Aprender a vender servicios y productos turísticos.
- Gestionar el departamento o unidad correspondiente de la agencia de viajes o entidad equivalente.

Para que te prepara

Para desempeñar todas las funciones que un profesional del sector turístico ejerce, desde la planificación y producción de viajes al asesoramiento y venta de servicios y productos turísticos, pasando por la tramitación y reserva de vuelos, paquetes turísticos, hoteles, reserva de transporte, etc.

Salidas laborales

Agencias de viajes. Centrales de reservas. Empresas, etc.

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación 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).



Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.

+ Información Gratis

www.euroinnova.es

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail donde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en leer el manual teórico, a la vez que se responden las distintas cuestiones y ejercicios que se incluyen dentro del cuaderno de evaluación.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, dicho cuaderno de evaluación. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% del total de las respuestas).

Materiales didácticos

- Manual teórico 'Venta de Servicios y Productos Turísticos para Agencias de Viajes. Vol. I'
- Manual teórico 'Venta de Servicios y Productos Turísticos para Agencias de Viajes. Vol. II'
- Manual teórico 'Venta de Servicios y Productos Turísticos para Agencias de Viajes. Vol. III'
- Cuaderno de ejercicios



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido:

- **Master a distancia y online:** El plazo de finalización será de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de las materiales del curso.

- **Curso a distancia y online:** El plazo de finalización será de 6 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

En ambos casos, si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá 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, etc.

Programa formativo

MÓDULO 1. PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

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

Concepto de turismo. Evolución del concepto de turismo

El sistema turístico. Partes o subsistemas

La demanda turística. Tipos de demanda turística. Factores que determinan la demanda turística individual y agrag

La oferta turística. Componentes de la oferta turística

Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias

Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados

Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística internacional: destinos relevantes y productos asoci

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ALOJAMIENTO COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO

La hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características

Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y tour operadores

Principales proveedores de alojamiento 63

Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. Cadena

Hoteleras. Centrales de reserva.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL TRANSPORTE COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Transporte por carretera

Transporte por ferrocarril

Transporte acuático

Transporte aéreo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OTROS ELEMENTOS Y COMPONENTES DE LOS VIAJES COMBINADOS, EXCURSIONE Y TRASLADOS

El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contratos. Normativa

El alquiler de automóviles con y sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado fly-drive

Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas. Prestaciones. Reservas

Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico

Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida par viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES

Turismo de sol y playa

Turismo de naturaleza y turismo activo

Turismo profesional

Turismo social y de salud

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

Europa

África

América del Norte

América Cantral y América del Sur

Asia

Oceanía

MÓDULO 2. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE

PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Concepto de distribución de servicios

Las agencias de viajes

Normativa y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes

Las centrales de reservas

Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional 3

Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivados

Los sistemas globales de distribución o GDS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA DE ALOJAMIENTO

Introducción

Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes

Fuentes informativas de la oferta de alojamiento

Reservas directas e indirectas

Tipos de tarifas y condiciones de aplicación

Bonos de alojamiento

Principales proveedores de alojamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA DE TRANSPORTE

Transporte aéreo

Transporte Aéreo Chárter

Transporte por carretera

Transporte marítimo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

El producto turístico integrado

Relaciones entre los tour operadores y las agencias minoritarias

Procedimiento de reservas

Principales tour operadores nacionales e internacionales

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

La venta de autos de alquiler

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

La venta de excursiones

Información sobre requisitos a los viajeros internacionales

Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes

Aplicación de cargos por gestión

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

Concepto de marketing

Segmentación del mercado

El marketing mix

El plan de marketing

Marketing directo

Planes de promoción de ventas

El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Las agencias de viajes virtuales

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

Utilidades de los sistemas online

Modelos de distribución turística a través de Internet

Servidores online 190

Coste y rentabilidad de la distribución turística online

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PÁGINAS WEB DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y PORTALES TURÍSTICOS

El internauta como turista potencial y real

Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística

Medios de pago en Internet

Conflictos y reclamaciones online de clientes

MÓDULO 3. GESTIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL (G.D.S)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. UTILIZACIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN (GSD) Y DE APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES 209

Los sistemas globales de distribución (GDS)

La distribución turística en internet

Programas de ventas o "front office"

Gestión de expedientes de servicios, hojas de cotización, fichas de clientes, bonos, etc.

MÓDULO 4. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN APLICADA A LA HOSTELERÍA Y AL TURISMO

La comunicación óptima en la atención al cliente

Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales

Resolución de problemas de comunicación

Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

La atención personalizada: armonización y reconducción de los clientes

El tratamiento de situaciones difíciles

Tipologías de clientes difíciles y su tratamiento

La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea

MÓDULO 5. PROCESOS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVOS EN AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONTABILIDAD, MATEMÁTICAS COMERCIALES Y ESTADÍSTICA BÁSICA

Concepto y objetivos de la Contabilidad

Los libros de contabilidad

El patrimonio

Las cuentas

El plan general de contabilidad

El proceso contable básico en las agencias de viajes

La tesorería en las agencias de viajes

Los impuestos. Su liquidación

Los derechos de cobro

Las amortizaciones. Las provisiones

Las cuentas anuales 38

Instrumentos de abono en las operaciones comerciales

Cuentas corrientes

Créditos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN AGENCIAS DE VIAJES Y OTRAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Procesos administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística

Procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento

Procesos administrativos de la venta de transporte marítimo
Procesos administrativos derivados de la venta de transporte ferroviario
Procesos administrativos derivados de la venta de productos de tour-operadores y otros mayoristas
Aplicación de procedimientos de gestión documental
Control de correspondencia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCEDIMIENTOS DE ALMACENAMIENTO, REPOSICIÓN Y CONTROL DE DOCUMENTOS PROPIOS Y EXTERNOS

Gestión de almacén
Gestión de inventarios
Control de existencias de documentos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCEDIMIENTOS DERIVADOS DE LAS RELACIONES ECONÓMICAS CON CLIENTES

Anticipos y depósitos
Medios de pago al contado
Tarjetas de crédito y débito
El pago aplazado
La financiación externa
Las devoluciones por servicios no prestados
Control de cuentas de crédito

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE TESORERÍA Y CONTROL DE CUENTAS DE CAJAS Y BANCOS

Introducción
El Banco de España
Entidades de depósito
Legislación vigente aplicable a la gestión de cuentas de caja y bancos
Formativa reguladora de la compra de moneda extranjera
Documentos de pago
Realización de controles de caja solventando los desfases
Análisis de extractos de cuentas bancarias
Análisis de las medidas de seguridad relacionadas con la documentación contable y el efectivo

MÓDULO 6. PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PLANIFICACIÓN EN LAS EMPRESAS Y LAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

La planificación en el proceso de administración
Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos
Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios
Elementos del plan de empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES, OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS Y ENTIDADES DE INFORMACIÓN

La organización de las agencias de viajes
La organización interna de una empresa
El organigrama de una agencia de viajes
La organización departamental de una agencia de viajes
Los niveles de responsabilidad y gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRUCTURA FINANCIERA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS

Identificación y caracterización de fuentes de financiación
Relación óptima entre recursos propios y ajenos

Sistemas de amortización

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEFINICIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

Introducción

Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados

Principales métodos para la selección de trabajadores cualificados

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA DIRECCIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS

La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones

Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones

Solución de problemas y toma de decisiones

La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones

Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo

La motivación en el entorno laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Introducción

Tipos y comparación

Savia Amadeus Vista

MÓDULO 7. PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

El concepto de calidad

La calidad total

Modelo de gestión de la calidad total aplicado a las Agencias de Viajes

Los requisitos de calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIRECCIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJE

Las políticas de calidad

La planificación y los sistemas de calidad de la Agencia de Viajes

La gestión en los sistemas de calidad de la Agencia de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

La gestión de la calidad de las Agencias de Viajes

La gestión de la calidad por procesos

Herramientas para la gestión de la calidad

Diferencias entre la gestión tradicional y la gestión de calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE LA MEJORA DE LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

La gestión de la mejora de la calidad

Principios de la gestión de mejora de la calidad

Dificultades en la implantación de la gestión de la mejora de la calidad en las Agencias de Viajes

La influencia de los costes de la calidad en la gestión de la mejora

La implantación de un Plan de mejora para la calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Administración de la calidad en las Agencias de Viajes

Sistema de información de calidad

Los círculos de calidad

Control de la calidad

Calidad y gerencia de la Agencia de Viajes

+ Información Gratis

www.euroinnova.es

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244

