



Promoción y venta de servicios turísticos



Área: Venta de productos y servicios turísticos

Modalidad: Teleformación

Duración: 180 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Vender servicios turísticos y viajes.

CONTENIDOS

PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS - 1 el turismo y la estructura del mercado turístico - 1.1 concepto de turismo - 1.2 el sistema turístico - 1.3 la demanda turística - 1.4 la oferta turística - 1.5 evolución histórica del turismo - 1.6 análisis de la oferta - 1.7 análisis de la oferta - 1.8 actividades: el turismo y la estructura del mercado turístico - 2 el alojamiento - 2.1 la hostelería - 2.2 relaciones entre las empresas de alojamiento - 2.3 principales proveedores de alojamiento - 2.4 tipos de unidades de alojamiento - 2.5 actividades: el alojamiento - 3 el transporte como componente del producto turístico - 3.1 transporte por carretera - 3.2 transporte por ferrocarril - 3.3 transporte acuático - 3.4 transporte aéreo - 3.5 actividades: el transporte como componente del producto turístico - 4 otros elementos y componentes de los viajes combinados - 4.1 el transporte discrecional en autocar - 4.2 el alquiler de automóviles con y sin conductor - 4.3 los cruceros marítimos y fluviales - 4.4 los servicios de acompañamiento - 4.5 los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje - 4.6 actividades: otros elementos y componentes de los viajes combinados - 5 principales destinos turísticos nacionales - 5.1 turismo de sol y playa - 5.2 turismo de naturaleza y turismo activo - 5.3 turismo cultural y religioso - 5.4 turismo social y de salud - 5.5 actividades: principales destinos turísticos nacionales - 6 principales destinos turísticos internacionales - 6.1 europa - 6.2 áfrica - 6.3 américa del norte - 6.4 américa central y américa del sur - 6.5 asia - 6.6 oceanía - 6.7 actividades: principales destinos turísticos internacionales - 6.8 cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 1 - ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS - 1 la distribución turística - 1.1 concepto de distribución de servicios - 1.2 las agencias de viajes - 1.3 normativas y reglamentos reguladores - 1.4 las centrales de reservas - 1.5 análisis de la distribución turística - 1.6 análisis de las motivaciones turísticas - 1.7 los sistemas globales de distribución o gds - 1.8 actividades: la distribución turística - 2 la venta de alojamiento - 2.1 relaciones entre las empresas de alojamiento - 2.2 fuentes informativas de la oferta de alojamiento - 2.3 reservas directas e indirectas - 2.4 tipos de tarifas y condiciones de aplicación - 2.5 bonos de alojamiento - 2.6 principales proveedores de alojamiento - 2.7 actividades: la venta de alojamiento - 3 la venta de transporte - 3.1 el transporte aéreo regular - 3.2 fuentes informativas del transporte aéreo regular - 3.3 transporte aéreo chárter - 3.4 el transporte por carretera regular - 3.5 el transporte marítimo regular - 3.6 actividades: la venta de transporte - 4 la venta de viajes combinados - 4.1 el producto turístico integrado - 4.2 relaciones entre tour-operadores - 4.3 procedimientos de reservas - 4.4 principales tour-operadores - 4.5 actividades: la venta de viajes combinados - 5 otras ventas y servicios de las agencias de viajes - 5.1 la venta de autos de alquiler - 5.2 la venta de seguros de viaje - 5.3 la venta de excursiones - 5.4 información sobre requisitos a los viajeros internacionales - 5.5 gestión de visados - 5.6 aplicación de cargos por gestión - 5.7 actividades: otras ventas y servicios de las agencias de viajes - 6 el marketing y la promoción de ventas - 6.1 concepto de marketing - 6.2 segmentación del mercado - 6.3 el marketing mix - 6.4 el plan de marketing - 6.5 marketing directo - 6.6 planes de promoción de ventas - 6.7 el merchandising - 6.8 actividades: el marketing y la promoción de ventas - 7 internet como canal de distribución turística - 7.1 las agencias de viajes virtuales - 7.2 las relaciones comerciales a través de internet - 7.3 utilidades de los sistemas online - 7.4 modelos de distribución turística a través de internet - 7.5 servidores online - 7.6 coste y rentabilidad de la distribución turística on-line - 7.7 actividades: internet como canal de distribución turística - 8 páginas web de distribución turística y portales turísticos - 8.1 el internauta como turista potencial y real - 8.2 medios de pago en internet - 8.3 conflictos y reclamaciones on-line de clientes - 8.4 actividades: páginas web de distribución turística y portales turísticos - 8.5 cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 2 - GESTIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL (G.D.S.) - 1 utilización de terminales de sistemas de distribución (gds) - 1.1 introducción - 1.2 actividades: utilización de terminales de sistemas de distribución (gds) - 1.3 cuestionario: cuestionario módulo 1

unidad 3 - COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO - 1 la comunicación aplicada a la hostelería - 1.1 la comunicación óptima en la atención al cliente - 1.2 asociación de técnicas de comunicación - 1.3 resolución de problemas de comunicación - 1.4 análisis de características - 1.5 actividades: la comunicación aplicada a la hostelería - 2 atención al cliente en hostelería - 2.1 la atención personalizada - 2.2 el tratamiento de situaciones difíciles - 2.3 tipologías - 2.4 la protección de consumidores y usuarios - 2.5 actividades: atención al cliente en hostelería - 2.6 cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 4 - 2.7 cuestionario: cuestionario módulo 1 -

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.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso**. De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

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.