

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO

Guía del Curso

UF0078 Asesoramiento, Venta y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este curso se ajusta al itinerario formativo de la Unidad Formativa UF0078 Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos, certificando el haber superado las distintas Unidades de Competencia en ella incluidas, y va dirigido a la acreditación de las Competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal que permitirá al alumnado adquirir las habilidades profesionales necesarias para analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales, así como desarrollar los procesos de ventas y reservas de transportes, viajes combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos.

CONTENIDOS

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 FUAHV (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



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es