TÉCNICO PROFESIONAL EN PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

SKU: EVOL-5210-iNO-B | **Categorías:** HOSTELERÍA, RESTAURACIÓN Y TURISMO, Turismo y Agencias de Viajes

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas 300

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Técnico Profesional en Promoción y Venta de Servicios Turísticos

Objetivos

Este Curso de Técnico Profesional en Promoción y Venta de Servicios Turísticos le ofrece una formación especializada en la materia. Debemos saber que el turismo ha evolucionado en la misma medida que el desarrollo económico, político y social lo ha hecho. Hoy en día el turista consume diversos tipos de turismo como pueden ser: turismo urbano, cultural, de salud, sol y playa, cruceros, ecoturismo, náutico, aventura y safaris, religioso, etc. los cuales han aparecido a raíz de las demandas y usos frecuentes de sus clientes. En este sentido la promoción y venta de servicios turísticos también ha evolucionado y continúa en proceso de cambio permanente ya que tienen que estar en continuo reciclaje porque es importante adaptarse al cambio, a la demanda social y a las nuevas expectativas. El presente curso de Técnico Profesional en Promoción y Venta de Servicios Turísticos dotará al alumno de los conocimientos necesarios para ser capaz de vender servicios ...

Contenidos

1. MÓDULO 1. 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. - Barreras que dificultan la comunicación.
3. - Comunicarse con eficacia en situaciones difíciles.
4. - El lenguaje verbal: palabras y expresiones a utilizar y a evitar.
5. - El lenguaje no verbal: expresión gestual, facial y vocal.
6. - Actitudes ante las situaciones difíciles:
7. - Autocontrol.
8. - Empatía.

9. - Asertividad.
10. - Ejercicios y casos prácticos.
11. Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales.
12. Resolución de problemas de comunicación.
13. Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. Clasificación de clientes
2. - Tipologías de personalidad.
3. - Tipologías de actitudes.
4. - Acercamiento integrado.
5. - Tipologías de clientes difíciles y su tratamiento.
6. La atención personalizada
7. - Servicio al cliente.
8. - Orientación al cliente.
9. - Armonizar y reconducir a los clientes en situaciones difíciles.
10. El tratamiento de situaciones difíciles.
11. - La nueva perspectiva de las quejas y reclamaciones.
12. - Cómo transformar situaciones de insatisfacción en el servicio en clientes satisfechos con la empresa.
13. - Tipología de reclamaciones.
14. - Actitud frente a las quejas o reclamaciones.
15. - Tratamiento de las reclamaciones.
16. La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea.
17. MÓDULO 2. 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.
14. - modalidades y servicios en los transportes marítimos.
15. - Características y clases de barcos.
16. - Principales compañías navieras.
17. - Los cruceros: compañías, rutas, tarifas.
18. Transporte aéreo:
19. - Tipos y funciones de las compañías aéreas.
20. - Transporte aéreo comercial.
21. - Compañías aéreas regulares.
22. - 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. Prestaciones. Reservas.
4. Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
5. 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 Pacífico.
34. - Destinos especiales.
35. - Análisis de la demanda.
36. MÓDULO 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 FUAAV (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:
6. - Identificación y uso.
7. Reservas directas e indirectas:
8. - Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
9. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
10. Bonos de alojamiento:
11. - Tipos y características.

12. Principales proveedores de alojamiento:
13. - 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. Fuentes informativas del transporte aéreo regular.
2. El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relaciones. Tarifas
3. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte pro carretera.
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.
5. El transporte marçitimo 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
23. clientes actuales y potenciales.
24. - Normativa legal sobre bases de datos personales.
25. - Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción
26. de ventas.
27. - Decisores y prescriptores.
28. El merchandising.
29. - Elementos de merchandising propios de la distribución turística.
30. - 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 online.
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.
5. MÓDULO 4. GESTIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL (G.D.S.)

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

1. Los sistemas globales de distribución (GDS).
2. - Estructura y funcionamiento.
3. - Consulta, reserva, venta y emisión de documentos en tiempo real para los servicios de los proveedores de transportes aéreos, ferroviarios, marítimos, cadenas hoteleras, mayoristas y demás prestatarios turísticos.
4. La distribución turística en Internet.
5. - Las agencias de viajes virtuales.
6. - Paginas Web y portales turísticos.
7. Programas de ventas o "front office".
8. Gestión de expedientes de servicios, hojas de cotización, fichas de clientes, bonos, etc.
9. MÓDULO 5. PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA CULTURA DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS Y/O ENTIDADES DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico.
2. - Necesidad de aseguramiento de la calidad en la empresa hostelera y turística.
3. - El coste de de medición y mejora de la calidad
4. - Calidad y productividad.
5. - Calidad y gestión del rendimiento.
6. - Herramientas la calidad y la no calidad.
7. Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves.
8. - El modelo EFQM.
9. Aspectos legales y normativos
10. - Legislación nacional e internacional.
11. - Normalización, acreditación y certificación.
12. El plan de turismo español Horizonte 2020.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ORGANIZACIÓN HOSTELERA Y TURÍSTICA.

1. Organización de la calidad:
2. - Enfoque de los Sistemas de Gestión de la Organización.
3. - Compromiso de la Dirección.
4. - Coordinación.

5. - Evaluación.
6. Gestión por procesos en hostelería y turismo:
7. - Identificación de procesos.
8. - Planificación de procesos.
9. - Medida y mejora de procesos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. Procesos de producción y servicio:
2. - Comprobación de la Calidad.
3. - Organización y Métodos de Comprobación de la Calidad.
4. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio:
5. - Satisfacción del cliente.
6. - Supervisión y medida de productos/servicios.
7. Gestión de los datos:
8. - Objetivos.
9. - Sistema de información de la calidad a la Dirección.
10. - Informes.
11. - La calidad asistida por ordenador.
12. - Métodos estadísticos.
13. Evaluación de resultados.
14. Propuestas de mejora.

Tal vez te pueda interesar este curso: Animación turística en Hostelería

o tal vez este otro: Comercialización de eventos

Síguenos en: Instagram