Código: 27047

Unidad Formativa:
UF0078 - Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos

Módulo: MF0266_3 - PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Certificado de Profesionalidad:
HOTG0208 - VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Modalidad: ONLINE

Duración: 90h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:

Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Telf.: 91 1097505
www.aulaforma.es

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para desenvolverse con solvencia en la intermediación y la comercialización de productos y servicios turísticos, tanto desde agencias de viajes presenciales como desde entornos digitales. A lo largo de su recorrido se estudia el funcionamiento de la distribución turística, las relaciones entre agencias, tour-operadores y proveedores de alojamiento y transporte, y los procedimientos de reserva, emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados. El alumnado aprende a aplicar técnicas de marketing, promoción de ventas y merchandising propias del sector, así como a aprovechar Internet, los sistemas globales de distribución, las páginas web y los portales turísticos como canales de venta y de relación con la clientela. La parte práctica y el cumplimiento de la normativa aplicable ocupan un lugar central, con un tratamiento detallado de tarifas, bonos, seguros, excursiones, visados, medios de pago y atención de reclamaciones desde un enfoque profesional orientado a la calidad del servicio. Al finalizar, el alumnado será capaz de asesorar y vender productos y servicios turísticos de forma autónoma, gestionar las operaciones de intermediación con proveedores y clientes y diseñar acciones de promoción y distribución coherentes con las necesidades del mercado.

Contenidos

Módulo 1: La distribución turística: agentes, canales y marco de actuación
1.1 - La distribución de servicios y sus particularidades en el ámbito turístico
1.2 - Los intermediarios turísticos y los procesos de distribución de productos y servicios
1.3 - Las agencias de viajes: funciones y cometidos profesionales
1.4 - Tipología de agencias de viajes y estructuras organizativas
1.5 - Normativa y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes
1.6 - La Ley de Viajes Combinados y su alcance en la intermediación
1.7 - Centrales de reservas y sistemas globales de distribución (GDS): tipos y características
1.8 - La distribución turística en los mercados nacional e internacional y las motivaciones del viajero
Resumen del módulo 1
Módulo 2: La comercialización de alojamiento desde la agencia de viajes
2.1 - Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes
2.2 - Códigos de prácticas de la AIHR y de la FUAAV
2.3 - Acuerdos y contratos de comercialización de alojamiento
2.4 - Tipos de retribución en la venta de alojamiento
2.5 - Fuentes informativas de la oferta de alojamiento: identificación y uso
2.6 - Reservas directas e indirectas y configuración del canal de venta
2.7 - Tarifas y condiciones de aplicación en la venta de alojamiento
2.8 - Bonos de alojamiento y principales proveedores: cadenas hoteleras y centrales de reservas
Resumen del módulo 2
Módulo 3: La venta de transporte: aéreo, terrestre y marítimo
3.1 - El transporte aéreo regular: compañías, relaciones con agencias y tour-operadores
3.2 - Tipos de viajes aéreos y tarifas del transporte aéreo regular
3.3 - Fuentes informativas del transporte aéreo regular
3.4 - El transporte aéreo charter: compañías, brokers y tipos de operaciones
3.5 - El transporte por carretera regular: compañías, relaciones, tarifas y fuentes informativas
3.6 - El transporte marítimo regular: compañías, tipos de viajes y tarifas
3.7 - Fuentes informativas del transporte marítimo regular
3.8 - El transporte marítimo charter: compañías, relaciones y tarifas
Resumen del módulo 3
Módulo 4: La venta de viajes combinados y cruceros
4.1 - El producto turístico integrado y su configuración
4.2 - Tipos de viajes combinados
4.3 - Los cruceros como producto combinado
4.4 - Tendencias del mercado y relaciones entre tour-operadores y agencias minoristas
4.5 - Términos de retribución y manejo de programas y folletos
4.6 - Procedimientos de reserva y emisión de bonos
4.7 - Formalización de contratos, principales tour-operadores y grupos turísticos
Resumen del módulo 4

Módulo 5: Otros servicios y ventas complementarias de la agencia de viajes
5.1 - La venta de autos de alquiler: 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 - Requisitos e información para los viajeros internacionales
5.5 - Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes
5.6 - Aplicación de cargos por gestión
Resumen del módulo 5
Módulo 6: Marketing y promoción de ventas en la distribución turística
6.1 - El marketing y su aplicación a los servicios turísticos: concepto y especificidades
6.2 - Segmentación del mercado y definición del mercado objetivo
6.3 - El marketing mix: elementos y estrategias
6.4 - Políticas, directrices y plan de marketing
6.5 - Planificación de medios y elaboración del plan
6.6 - Marketing directo: técnicas y argumentarios
6.7 - Planes de promoción de ventas y la figura del promotor
6.8 - Bases de datos de clientes, normativa de protección de datos y soportes de control
6.9 - Decisores, prescriptores y merchandising en la distribución turística
Resumen del módulo 6
Módulo 7: Internet como canal de distribución turística
7.1 - Las agencias de viajes virtuales: evolución y características de la distribución en Internet
7.2 - El dominio de la demanda y la venta de último minuto
7.3 - Estructura y funcionamiento de la distribución turística en línea
7.4 - Relaciones comerciales en Internet: B2B, B2C y B2A
7.5 - Utilidades de los sistemas en línea: navegadores, correo electrónico y mensajería
7.6 - Teletrabajo, listas de distribución y gestión de la relación con el turista en línea
7.7 - Modelos de distribución turística a través de Internet: ventajas y tipos
7.8 - Eficiencia, servidores en línea y rentabilidad de la distribución turística on-line
Resumen del módulo 7
Módulo 8: Páginas web y portales turísticos de distribución
8.1 - El internauta como turista potencial y real
8.2 - Criterios comerciales en el diseño de sitios de distribución turística
8.3 - Medios de pago en Internet
8.4 - Conflictos y reclamaciones en línea de la clientela
8.5 - Usabilidad y orientación comercial de los portales turísticos
8.6 - Seguimiento y mejora de la experiencia de compra en línea
Resumen del módulo 8