



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Máster de Agente de Viajes + Titulación Universitaria***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Máster de Agente de Viajes + Titulación Universitaria

**duración total:** 725 horas

**horas teleformación:** 300 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

Este Master de Agente de Viajes le ofrece una formación especializada en la materia. El turismo es un fenómeno relativamente reciente que ha sufrido numerosos cambios en su historia. La venta de productos turísticos ha tenido que ir adaptándose a las necesidades y a la demanda de los usuarios y usuarias. 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. Con este Master de Agente de Viajes podrás trabajar como Agente de Viajes.



## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran, estimando su evolución e incidencia de las nuevas tecnologías.
  - Analizar las relaciones comerciales, operativas y contractuales de las agencias de viajes y tour-operadores con los diferentes proveedores de servicios turísticos.
  - Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales.
  - Desarrollar los procesos de ventas y reservas de transportes, viajes combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos.
  - Desarrollar acciones promocionales aplicables en agencias de viajes y describir y aplicar técnicas de promoción de ventas y de negociación, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales.
  - Controlar los documentos y material y confeccionar partes e informes de venta para evitar costes innecesarios.
  - Facturar, abonar y liquidar cargos o créditos de clientes de forma precisa.
  - Controlar las cuentas de clientes con crédito y gestionar el cobro de los importes vencidos para evitar desajustes económicos
  - Controlar las liquidaciones y facturas de proveedores, resolviendo las discrepancias e incidencias contable-administrativas.
  - Efectuar operaciones varias de tesorería y controlar las cuentas de caja y bancos de forma precisa.
  - Analizar la evaluación del concepto de turismo, identificando los elementos que componen el sistema turístico.
  - Identificar y comprender los factores que influyen en la demanda turística individual y en la demanda turística agregada a un destino turístico.
  - Reconocer los segmentos de la demanda del mercado turístico actual y describir sus características.
  - Analizar el mercado turístico identificando los destinos turísticos nacionales e internacionales. Utilizar los soportes informáticos de uso habitual en el sector. Utilizar programas informáticos de gestión de reservas o CRS, sistemas de distribución global o GDS. Utilizar programas de gestión de agencias de viajes o de “front office” habituales en el sector y programas informáticos de tratamiento de texto.
- En supuestos prácticos de solicitudes de reservas de transportes, viajes combinados, excursiones o traslados, y utilizando soportes y recursos tecnológicos:
- Atender solicitudes de reserva identificando la información que debe requerirse al cliente y localizándola con los soportes adecuados.
- Efectuar los cálculos de precios y tarifas mediante la información proporcionada por los sistemas de gestión.
- Comprobar la disponibilidad de plazas mediante el sistema informático y argumentar en función de la situación planteada, ofreciendo alternativas en caso necesario, con el fin de lograr la venta.
- Efectuar el registro de los datos en el soporte elegido y redactar mensajes de solicitud de confirmación de servicios a proveedores utilizando igualmente soportes informatizados.
- Informar al cliente de la situación de la reserva reconfirmando sus términos, precios y servicios comparándolos con los proporcionados por el sistema.
- Efectuar la emisión de los títulos de transporte y del resto de documentación necesaria para el viaje mediante los soportes adecuados.
- Conocer en profundidad las tareas y funciones que tiene un agente de viajes.
  - Estudiar los procesos administrativos que se dan en las agencias de viajes.
  - Analizar las fuentes de información turística.

- Identificar el Internet y las aplicaciones informáticas como estrategia de reserva online.
- Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente de uso común en establecimientos turísticos, a fin de satisfacer sus expectativas y materializar futuras estancias.
- Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal en el ámbito de la actividad turística, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información con otros profesionales de su ámbito.
- Interpretar, sin precisar un diccionario, documentos de complejidad media escritos en inglés, en el ámbito de la actividad turística, para obtener información, procesarla y llevar a cabo las acciones oportunas.
- Expresar a clientes y proveedores en inglés, mensajes orales fluidos, de complejidad media, en el ámbito del turismo, en situaciones de comunicación presencial o a distancia, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información.
- Producir en inglés, documentos escritos de complejidad media, correctos gramatical y ortográficamente, necesarios para el cumplimiento eficaz de su cometido y para garantizar los acuerdos propios de su actividad, utilizando un vocabulario amplio propio de su ámbito profesional.
- Comunicarse oralmente con espontaneidad con uno o varios clientes o proveedores en inglés, en la prestación de servicios turísticos.

### *para qué te prepara*

El Master de Agente de Viajes le formará al alumnado en todas las funciones que un profesional de las Agencias de Viajes ejerce, desde la planificación y producción de viajes, al asesoramiento y venta de servicios turísticos, pasando por la tramitación y reserva de vuelos, paquetes turísticos, hoteles, reserva de coches, billetes de avión, barco, tren, etc.

### *salidas laborales*

Agente de Viajes.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, 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 (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## *metodología*

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## *materiales didácticos*

- Manual teórico 'Inglés Profesional para Turismo'
- Manual teórico 'Comunicación y Atención al Cliente en Hostelería y Turismo'
- Manual teórico 'Gestión de Sistemas de Distribución Global (GDS)'
- Manual teórico 'Asesoramiento, Venta y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos'
- Manual teórico 'Procesos Económico-Administrativos en Agencias de Viajes'
- Manual teórico 'Planificación de Destinos Turísticos'
- Manual teórico 'Sistemas de Reservas On-line para Agencias de Viajes'





## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. 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.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

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.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

# PARTE 1. 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 FUA AV (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-operator  
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. Relación  
Tarifas.
4. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operator  
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

## **PARTE 2. PROCESOS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVO EN AGENCIAS DE VIAJES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONTABILIDAD, MATEMÁTICAS COMERCIALES Y ESTADÍSTICA BÁSICAS.**

- 1.Concepto y objetivos de la Contabilidad.
- 2.Los libros de contabilidad.
- 3.El patrimonio.
- 4.Las cuentas.
- 5.El plan general de contabilidad.
- 6.El proceso contable básico en las agencias de viajes.
- 7.La tesorería en las agencias de viajes.
- 8.Los impuestos. Su liquidación.
- 9.Los derechos de cobro.
- 10.Las amortizaciones. Las provisiones.
- 11.Las cuentas anuales.
- 12.Instrumentos de abono en las operaciones comerciales.
- 13.Cuentas corrientes.
- 14.Créditos.
- 15.Estadística básica.
- 16.Aplicaciones.

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

- 1.Procesos administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística:
- 2.Procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento.
- 3.Procesos administrativos derivados de la venta de transporte marítimo.
- 4.Procesos administrativos derivados de la venta de transporte ferroviario.
- 5.Procesos administrativos derivados de la venta de productos de tour-operadores y otros mayoristas.
- 6.Procesos administrativos derivados de otras ventas.
- 7.Aplicación de procedimientos de gestión documental.
- 8.Medios de almacenamiento y tratamiento de la información. Aplicaciones.
- 9.Control de correspondencia.

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

1. Gestión de almacén.
2. Gestión de inventarios.
3. Control de existencias de documentos.

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

1. Anticipos y depósitos.
2. Facturación y cobro.
3. Medios de pago al contado.
4. Tarjetas de crédito y débito.
5. Condiciones para la aceptación de cheques y pagarés.
6. El pago aplazado.
7. La financiación externa.
8. Acuerdos comerciales con concesión de crédito a clientes:
9. Las devoluciones por servicios no prestados:
10. Control de cuentas de crédito.

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

1. Legislación vigente aplicable a la gestión de cuentas de caja y bancos.
2. Normativa reguladora de la compra de moneda extranjera.
3. Documentos de pago:
4. Registro de movimientos de caja y formalización de los impresos administrativos precontables y contables.
5. Realización de controles de caja solventando los desfases.
6. Análisis de extractos de cuentas bancarias:
7. Análisis de las medidas de seguridad relacionadas con la documentación contable y el efectivo.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. UTILIZACIÓN DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN INTERNA (BACK-OFFICE) DE AGENCIAS DE VIAJES.**

1. Gestión de operaciones administrativas, contables, financieras y fiscales:

## **PARTE 3. PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS**

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

1. Concepto de turismo
2. El sistema turístico. Partes o subsistemas
3. El mercado turístico
4. La demanda turística
5. Pautas para investigar la demanda viajera
6. La oferta turística. Componentes de la oferta turística
7. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias
8. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados
9. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados
10. Análisis de motivaciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES**

1. Turismo de sol y playa
2. Turismo de naturaleza y turismo activo
3. Turismo cultural y religioso
4. Turismo profesional
5. Turismo social y de salud

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES**

1. Europa
2. África
3. América del Norte
4. América Central y América del Sur
5. Asia
6. Oceanía

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y CULTURAL**

1. Diferenciación de conceptos generales y clasificación
2. Aspectos legales. Niveles de protección. El patrimonio de la humanidad. El papel de la UNESCO. Los bienes de interés cultural o BIC
3. Restauración y conservación. Enfoques y técnicas
4. Museología: diferenciación, clasificación y aspectos técnicos. Geografía descriptiva de los museos. Ámbito region y local

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL ÁMBITO DEL TURISMO**

1. Organización de la calidad
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo
3. Procesos de producción y servicio
4. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
5. Gestión de los datos
6. Evaluación de resultados
7. Propuestas de mejora

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING TURÍSTICO Y PROMOCIÓN DE VENTAS**

1. Concepto de Marketing
2. El "Marketing" de servicios. Especificidades
3. Segmentación del mercado
4. El "mercado objetivo"
5. El Marketing Mix
6. Elementos. Estrategias
7. Políticas y directrices de marketing
8. El Plan de Marketing
9. Marketing directo. Técnicas. Argumentarios
10. Planes de promoción de ventas
11. La promoción de ventas
12. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales
13. Normativa legal sobre bases de datos personales
14. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
15. Decisores y prescriptores
16. El merchandising

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. TENDENCIAS DEL MERCADO, CONSUMO RESPONSABLE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

1. Evolución del concepto de turismo
2. La oferta turística
3. Situación actual y tendencias del mercado
4. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española
5. Consumo y responsabilidad social empresarial

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL**

1. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales
2. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local
3. Un pequeño resumen de cómo realizar correctamente un proyecto de desarrollo turístico local

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES**

1. Concepto y características de un producto turístico sostenible
2. Análisis de técnicas para la identificación y catalogación de recursos turísticos
3. Gestión de las áreas naturales, herramientas, conceptos básicos y definiciones
4. Promoción del turismo a las áreas protegidas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. TURISMO ALTERNATIVO**

1. Descripción de turismo alternativo
2. Concepto y definición

3. Características del turismo alternativo
4. Clasificación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. GENERACIÓN DE CADENAS DE VALOR PARA EL TURISMO SOSTENIBLE Y BUENAS PRÁCTICAS**

1. Definición y generación de cadenas de valor
2. Pautas para generar cadenas de valor en el turismo sostenible
3. Establecimiento de buenas prácticas
4. Buenas prácticas en la instauración y funcionamiento de las instalaciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. ESTUDIO TÉCNICO DE DESTINOS TURÍSTICOS**

1. Definición y concepto de estudio técnico
2. Objetivos generales y específicos
3. Partes que forman un estudio técnico

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. CREACIÓN Y GESTIÓN DE PRODUCTOS Y EMPRESAS ECOTURÍSTICAS**

1. Definición, conceptos y productos de turismo
2. Situación, visión y gestión del ecoturismo
3. Creación y gestión de productos y empresas ecoturísticas
4. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad
5. Certificados de sostenibilidad y compromiso

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS**

1. El Medioambiente y sus procesos
2. Empresa y Medioambiente
3. Espacios Naturales Protegidos
4. Tipología de los visitantes y usuarios a los espacios naturales protegidos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 15. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE**

1. Declaraciones internacionales
2. Las políticas de turismo sostenible en la Unión Europea
3. Regulación del turismo sostenible

## **PARTE 4. GESTIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL (GDS)**

#### **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. La distribución turística en Internet.
3. Programas de ventas o "front office".
4. Gestión de expedientes de servicios, hojas de cotización, fichas de clientes, bonos, etc.

## **PARTE 5. SISTEMAS DE RESERVAS ON-LINE PARA AGENCIAS DE VIAJES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Concepto de comercio electrónico
2. Categorías del comercio electrónico
3. Aportaciones del comercio electrónico a la empresa
4. Ventajas e inconvenientes del comercio electrónico en internet

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. NATURALEZA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES**

1. Concepto y evolución de las agencias de viajes
2. Funciones de las agencias de viajes
3. Clasificación de las agencias de viajes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN AGENCIAS DE VIAJES Y OTRAS ENTIDADES DE**



## **DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA**

1. Procesos administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística
2. Procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento
3. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte marítimo
4. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte ferroviario
5. Procesos administrativos derivados de la venta de productos de tour-operadores y otros mayoristas
6. Procesos administrativos derivados de otras ventas
7. Aplicación de procedimientos de gestión documental
8. Medios de almacenamiento y tratamiento de la información. Aplicaciones
9. Control de correspondencia

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MERCADO TURÍSTICO Y LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA**

1. Producto y características del producto
2. La oferta y la demanda del turismo en España
3. La distribución turística
4. Las centrales de reservas
5. Los sistemas globales de distribución
6. Las motivaciones turísticas
7. La distribución del turismo en Internet

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INTERMEDIACIÓN EN LA RESERVA Y VENTA DE ALOJAMIENTOS**

1. El mundo de la hostelería
2. Modalidades de alojamientos
3. Relaciones entre Agencias de Viajes y empresas de alojamiento
4. Fuentes informativas de la venta de alojamiento
5. Las reservas directas e indirectas
6. Las tarifas y sus condiciones de aplicación
7. Las cadenas hoteleras y las centrales de reserva

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. FUENTES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

1. Tipos de información a obtener y procesar
2. Identificación, valoración y clasificación de información turística
3. Técnicas de registro, archivo y actualización de información turística
4. Sistemas y medios para la localización y obtención de la información turística
5. Sistemas de archivo: bancos y bases de datos
6. Intercambio de información entre centros y redes de información
7. Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino

8. Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE RESERVAS DE HABITACIONES Y SERVICIOS PROPIOS DE ALOJAMIENTOS**

1. Tratamiento y análisis del estado de reservas
2. Procedimientos de recepción, aceptación, confirmación, modificación y cancelación de reservas
3. Utilización de programas informáticos específicos de reservas
4. Emisión de informes o listados. La "rooming list"
5. Legislación sobre reservas. La figura del "Overbooking"

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA**

1. Las agencias de viajes virtuales
2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)
3. Utilidades de los sistemas online
4. Modelos de distribución turística a través de Internet
5. Servidores online
6. Coste y rentabilidad de la distribución turística online

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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 online de clientes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. UTILIZACIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN (GSD) Y DE APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES**

- 1.Los sistemas globales de distribución (GDS)
- 2.La distribución turística en internet
- 3.Programas de ventas o “front office”
- 4.Gestión de expedientes de servicios, hojas de cotización, fichas de clientes, bonos, etc.

## **PARTE 6. 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.Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales
- 3.Resolución de problemas de comunicación
- 4.Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática

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

- 1.Clasificación de clientes
- 2.La atención personalizada
- 3.El tratamiento de situaciones difíciles.
- 4.La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea.

## **PARTE 7. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN INGLÉS DE SERVICIOS TURÍSTICOS.**

- 1.Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
- 2.Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
- 3.Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
- 4.Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
- 5.Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
- 6.Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESTACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN INGLÉS.**

- 1.Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística.
- 2.Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes.
- 3.Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio.
- 4.Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre.
- 5.Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan.
- 6.Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados.
- 7.Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN INGLÉS.**

- 1.Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes.
- 2.Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas cortesía habituales.

3. Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita.
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
6. Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas.