

# 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.
- 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.
- 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: <u>Instagram</u>

