



CURSO ONLINE 100% BONIFICADO

ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Curso bonificado por Fundación Tripartita y Seguridad Social. No supone ningún coste para empresa ni trabajador
Duración: 60 horas | Modalidad: online

Programa:

1. La distribución turística

- 1.1. Concepto de distribución de servicios.
 - 1.1.1. Características diferenciales de la distribución turística.
 - 1.1.2. Intermediarios turísticos.
 - 1.1.3. Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.
- 1.2. Las agencias de viajes.
 - 1.2.1. Funciones que realizan.
 - 1.2.2. Tipos de agencias de viajes.
 - 1.2.3. Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.
- 1.3. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
 - 1.3.1. La ley de Viajes Combinados.
- 1.4. Las centrales de reservas.
 - 1.4.1. Tipos y características
- 1.5. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
- 1.6. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
- 1.7. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

2. La venta de alojamiento

- 2.1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:
 - 2.1.1. Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAHV (Federación Universal de Agencias de Viajes).
 - 2.1.2. Acuerdos y contratos.
 - 2.1.3. Tipos de retribución en la venta de alojamiento.
- 2.2. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento:
 - 2.2.1. Identificación y uso.
- 2.3. Reservas directas e indirectas:
 - 2.3.1. Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
- 2.4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
- 2.5. Bonos de alojamiento:
 - 2.5.1. Tipos y características.
- 2.6. Principales proveedores de alojamiento:
 - 2.6.1. Cadenas hoteleras y centrales de reservas.

3. La venta de transporte

- 3.1. 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.
- 3.2. El transporte aéreo chárter. Compañías aéreas chárter y brókers aéreos. Tipos de operaciones chárter. Relaciones. Tarifas
- 3.3. El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.

- 3.4. 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.
- 3.5. El transporte marítimo chárter. Compañías marítimas chárter. Relaciones. Tarifas.

4. La venta de viajes combinados

- 4.1. El producto turístico integrado.
 - 4.1.1. Tipos de viajes combinados.
 - 4.1.2. Los cruceros.
 - 4.1.3. Tendencias del mercado.
- 4.2. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
 - 4.2.1. Términos de retribución.
 - 4.2.2. Manejo de programas y folletos.
- 4.3. Procedimientos de reservas.
 - 4.3.1. Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
- 4.4. Principales tour-operadores nacionales e internacionales.
 - 4.4.1. Grupos turísticos y procesos de integración.

5. Otras ventas y servicios de las agencias de viajes

- 5.1. La venta de autos de alquiler.
 - 5.1.1. 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. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
- 5.5. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
- 5.6. Aplicación de cargos por gestión

6. El Marketing y la promoción de ventas en las entidades de distribución turística.

- 6.1. Concepto de Marketing.
 - 6.1.1. El "Marketing" de servicios.
 - 6.1.2. Especificidades.
- 6.2. Segmentación del mercado.
 - 6.2.1. El "mercado objetivo".
- 6.3. El Marketing Mix.
 - 6.3.1. Elementos.
 - 6.3.2. Estrategias.
 - 6.3.3. Políticas y directrices de marketing.
- 6.4. El Plan de Marketing.
 - 6.4.1. Características.
 - 6.4.2. Fases de la de marketing.
 - 6.4.3. Planificación de medios.
 - 6.4.4. Elaboración del plan
- 6.5. Marketing directo.
 - 6.5.1. Técnicas.
 - 6.5.2. Argumentarios.
- 6.6. Planes de promoción de ventas.
 - 6.6.1. La promoción de ventas en las agencias de viajes.
 - 6.6.2. La figura del promotor de ventas y su cometido.
 - 6.6.3. Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.
 - 6.6.4. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.
 - 6.6.5. Normativa legal sobre bases de datos personales.
 - 6.6.6. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.
 - 6.6.7. Decisores y prescriptores.
- 6.7. El merchandising.
 - 6.7.1. Elementos de merchandising propios de la distribución turística.

6.7.2. Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

7. Internet como canal de distribución turística

7.1. Las agencias de viajes virtuales:

7.1.1. Evolución y características de la distribución turística en Internet.

7.1.2. El dominio de la demanda.

7.1.3. Estructura y funcionamiento.

7.1.4. La venta en el último minuto.

7.2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)

7.3. Utilidades de los sistemas online:

7.3.1. Navegadores: Uso de los principales navegadores.

7.3.2. Correo electrónico, Mensajería instantánea.

7.3.3. Teletrabajo.

7.3.4. Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line.

7.4. Modelos de distribución turística a través de Internet.

7.4.1. Ventajas.

7.4.2. Tipos.

7.4.3. Eficiencia y eficacia.

7.5. Servidores online

7.6. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line.

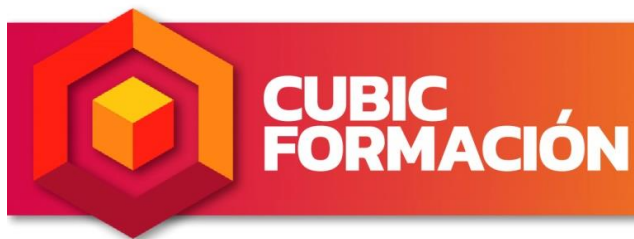
8. Páginas web de distribución turística y portales turísticos

8.1. El internauta como turista potencial y real.

8.2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística

8.3. Medios de pago en Internet:

8.4. Conflictos y reclamaciones on line de clientes



Si quieres información o inscribirte,
pincha aquí y déjanos tus datos
para que nos pongamos en contacto

www.cubicformacion.com