



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

**Técnico Profesional en Promoción y Venta de Servicios Turísticos + Titulación
Universitaria en Planificación de Destinos Turísticos (Doble Titulación con 5
Créditos ECTS)**





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiandes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminetemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de
19
años de
experiencia

Más de
300k
estudiantes
formados

Hasta un
98%
tasa
empleabilidad

Hasta un
100%
de financiación

Hasta un
50%
de los estudiantes
repite

Hasta un
25%
de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
**FAMILIA
NUMEROSA**

20% Beca
**DIVERSIDAD
FUNCIONAL**

20% Beca
**PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS**



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Técnico Profesional en Promoción y Venta de Servicios Turísticos + Titulación Universitaria en Planificación de Destinos Turísticos (Doble Titulación con 5 Créditos ECTS)



DURACIÓN
425 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Técnico Profesional en Promoción y Venta de Servicios Turísticos expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Planificación de Destinos Turísticos con 5 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Euroinnova International Online Education.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

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

NOMBRE ALUMNO/A

Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER

La Dirección Académica







Con Sello de Control de Calidad del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan: Resolución 1095)

Descripción

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 + Curso Universitario en Planificación de Destinos Turísticos dotará al alumno de los conocimientos necesarios para ser capaz de vender servicios turísticos y viajes, además de conocer la forma en la que se planifican los destinos turísticos y los productos que éstos contienen.

Objetivos

- Conocer los aspectos fundamentales del turismo y la animación turística.
- Aportar conocimientos básicos que permiten intervenir en trabajos relacionados con la planificación de los destinos turísticos.
- Conocer los aspectos relacionados con el patrimonio histórico
- artístico y cultural.
- Crear y gestionar viajes combinados.
- Analizar aspectos relacionados con la venta de alojamiento, de transporte y de viajes combinados.
- Programar y operar con excursiones y traslados.
- Analizar la evolución del concepto de turismo.
- Analizar el mercado turístico.
- Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran.

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

- 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.
- 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.
- Utilizar los soportes informáticos de uso habitual en el sector.
- Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente de uso común en establecimientos turísticos.

A quién va dirigido

El Curso de Técnico Profesional en Promoción y Venta de Servicios Turísticos + Curso Universitario en Planificación de Destinos Turísticos está dirigido a todas aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos relacionados con las gestiones a realizar para desarrollar la planificación de destinos turísticos y la promoción y venta de servicios de este tipo.

Para qué te prepara

El presente Curso de Técnico Profesional en Promoción y Venta de Servicios Turísticos + Curso Universitario en Planificación de Destinos Turísticos le prepara para planificar de forma correcta los destinos turísticos que sean de interés para la clientela además de ser capaz de vender servicios turísticos y viajes.

Salidas laborales

Turismo / Dirección de empresas turísticas / Gestor turístico / Promoción y venta de servicios turísticos.

TEMARIO

PARTE 1. 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 regional 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 2. PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

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.
 1. - Barreras que dificultan la comunicación.

2. - Comunicarse con eficacia en situaciones difíciles.
 3. - El lenguaje verbal: palabras y expresiones a utilizar y a evitar.
 4. - El lenguaje no verbal: expresión gestual, facial y vocal.
 5. - Actitudes ante las situaciones difíciles:
 6. - Autocontrol.
 7. - Empatía.
 8. - Asertividad.
 9. - Ejercicios y casos prácticos.
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
 1. - Tipologías de personalidad.
 2. - Tipologías de actitudes.
 3. - Acercamiento integrado.
 4. - Tipologías de clientes difíciles y su tratamiento.
2. La atención personalizada
 1. - Servicio al cliente.
 2. - Orientación al cliente.
 3. - Armonizar y reconducir a los clientes en situaciones difíciles.
3. El tratamiento de situaciones difíciles.
 1. - La nueva perspectiva de las quejas y reclamaciones.
 2. - Cómo transformar situaciones de insatisfacción en el servicio en clientes satisfechos con la empresa.
 3. - Tipología de reclamaciones.
 4. - Actitud frente a las quejas o reclamaciones.
 5. - Tratamiento de las reclamaciones.
4. La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea.

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:
 1. - Vías de comunicación.
 2. - Alquiler de automóviles.
 3. - Servicios de autocares.
 4. - Principales compañías.
2. Transporte por ferrocarril:
 1. - Tipos de trenes.
 2. - Principales líneas de ferrocarriles.
 3. - Emisión de billetes de transporte de ferrocarril.
 4. - Principales compañías.
3. Transporte acuático:
 1. - Características.
 2. - Puertos. Clasificación.
 3. - modalidades y servicios en los transportes marítimos.
 4. - Características y clases de barcos.
 5. - Principales compañías navieras.
 6. - Los cruceros: compañías, rutas, tarifas.
4. Transporte aéreo:
 1. - Tipos y funciones de las compañías aéreas.
 2. - Transporte aéreo comercial.
 3. - Compañías aéreas regulares.
 4. - 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:
 1. - El producto sol y playa.
 2. - Análisis del turista de sol y playa.
 3. - Las playas españolas.
 4. - Costas peninsulares.

2. Turismo de naturaleza y turismo activo:
 1. - Ecoturismo. Turismo rural.
 2. - Los parques nacionales y naturales.
 3. - Actividades terrestres, acuáticas, aéreas, mixtas y de multiaventura.
 4. - Productos turísticos unidos a deportes de aventura. y a deportes tradicionales.
 5. - Análisis de la demanda.
3. Turismo cultural y religioso:
 1. - Patrimonio cultural y religioso de España.
 2. - Destinos e itinerarios del producto cultural y religioso. Imagen y comercialización.
 3. - Análisis de la demanda.
4. Turismo profesional:
 1. - Turismo profesional en España.
 2. - Principales destinos.
 3. - Análisis de la demanda del turismo profesional.
5. Turismo social y de salud:
 1. - Turismo de salud y belleza: aguas termales y balnearios.
 2. - Turismo social.
 3. - Turismo de idiomas, temático y residencial.
 4. - Análisis de la demanda del turismo social y de salud.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES.

1. Europa:
 1. - Importancia y evolución del turismo en Europa.
 2. - Las grandes ciudades europeas.
 3. - Destinos de costa.
 4. - Análisis de la demanda de turismo de Europa.
2. África:
 1. - Geografía, economía y sociedad.
 2. - Principales destinos turísticos en África: desierto, safaris, islas y playas.
 3. - Análisis de la demanda.
3. América del Norte:
 1. - Geografía, economía y sociedad.
 2. - Ciudades de América del Norte.
 3. - Destinos de naturaleza.
 4. - Análisis de la demanda.
4. América Central y América del Sur:
 1. - Geografía, economía y sociedad.
 2. - Ciudades.
 3. - Destinos naturales.
 4. - Suramérica.
 5. - Destinos culturales.
 6. - Destinos arqueológicos.
 7. - Turismo activo.
 8. - Análisis de la demanda.
5. Asia:
 1. - Geografía, economía y sociedad.
 2. - Oriente Próximo.
 3. - Oriente Medio y Asia central.

4. - Asia meridional.
 5. - Sudeste asiático.
 6. - China y Extremo Oriente.
 7. - Análisis de la demanda.
6. Oceanía:
1. - Principales destinos turísticos en Oceanía: Australia, Nueva Zelanda e Islas del Pacífico.
 2. - Destinos especiales.
 3. - Análisis de la demanda.

MÓDULO 3. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Concepto de distribución de servicios.
 1. - Características diferenciales de la distribución turística.
 2. - Intermediarios turísticos.
 3. - Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.
2. Las agencias de viajes.
 1. - Funciones que realizan.
 2. - Tipos de agencias de viajes.
 3. - Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.
3. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
 1. - La ley de Viajes Combinados.
4. Las centrales de reservas.
 1. - Tipos y características
5. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
6. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
7. 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:
 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. - Acuerdos y contratos.
 3. - Tipos de retribución en la venta de alojamiento.
2. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento:
 1. - Identificación y uso.
3. Reservas directas e indirectas:
 1. - Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
5. Bonos de alojamiento:
 1. - Tipos y características.
6. Principales proveedores de alojamiento:
 1. - 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 por 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 marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS.

1. El producto turístico integrado.
 1. - Tipos de viajes combinados.
 2. - Los cruceros.
 3. - Tendencias del mercado.
2. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
 1. - Términos de retribución.
 2. - Manejo de programas y folletos.
3. Procedimientos de reservas.
 1. - Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
4. Principales tour-operadores nacionales e internacionales.
 1. - 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.
 1. - Tarifas y bonos.
2. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
3. La venta de excursiones.
4. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
5. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
6. 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.
 1. - El "Marketing" de servicios.
 2. - Especificidades.
2. Segmentación del mercado.
 1. - El "mercado objetivo".
3. El Marketing Mix.
 1. - Elementos.
 2. - Estrategias.
 3. - Políticas y directrices de marketing.
4. El Plan de Marketing.

1. - Características.
2. - Fases de la de marketing.
3. - Planificación de medios.
4. - Elaboración del plan.
5. Marketing directo.
 1. - Técnicas.
 2. - Argumentarios.
6. Planes de promoción de ventas.
 1. - La promoción de ventas en las agencias de viajes.
 2. - La figura del promotor de ventas y su cometido.
 3. - Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.
 4. - Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de
7. clientes actuales y potenciales.
 1. - Normativa legal sobre bases de datos personales.
 2. - Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción
8. de ventas.
 1. - Decisores y prescriptores.
9. El merchandising.
 1. - Elementos de merchandising propios de la distribución turística.
 2. - Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Las agencias de viajes virtuales:
 1. - Evolución y características de la distribución turística en Internet.
 2. - El dominio de la demanda.
 3. - Estructura y funcionamiento.
 4. - La venta en el último minuto.
2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A).
3. Utilidades de los sistemas online:
 1. - Navegadores: Uso de los principales navegadores.
 2. - Correo electrónico, Mensajería instantánea.
 3. - Teletrabajo.
 4. - Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas online.
4. Modelos de distribución turística a través de Internet.
 1. - Ventajas.
 2. - Tipos.
 3. - Eficiencia y eficacia.
5. Servidores online.
6. 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.

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).
 1. - Estructura y funcionamiento.
 2. - 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.
2. La distribución turística en Internet.
 1. - Las agencias de viajes virtuales.
 2. - Páginas Web y portales turísticos.
3. Programas de ventas o "front office".
4. Gestión de expedientes de servicios, hojas de cotización, fichas de clientes, bonos, etc.

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.
 1. - Necesidad de aseguramiento de la calidad en la empresa hostelera y turística.
 2. - El coste de medición y mejora de la calidad
 3. - Calidad y productividad.
 4. - Calidad y gestión del rendimiento.
 5. - Herramientas la calidad y la no calidad.
2. Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves.
 1. - El modelo EFQM.
3. Aspectos legales y normativos
 1. - Legislación nacional e internacional.
 2. - Normalización, acreditación y certificación.
4. 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:
 1. - Enfoque de los Sistemas de Gestión de la Organización.
 2. - Compromiso de la Dirección.
 3. - Coordinación.
 4. - Evaluación.
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo:
 1. - Identificación de procesos.
 2. - Planificación de procesos.
 3. - 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:
 1. - Comprobación de la Calidad.

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

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



By
EDUCA EDTECH
Group