

Técnico Superior en Información y comercialización turística

Técnico Superior en Información y comercialización turística

Duración: 2000 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: A distancia

Objetivos:

Al obtener el título de Técnico Superior Información y Comercialización Turística, podrás trabajar como: • Jefe de oficinas de información turística; Promotor turístico; Asistente de publicidad y promoción; Técnico en planificación turística local; Guía local; Guía de turismo;Relaciones públicas;Informador turístico; Técnico en organización de ferias y eventos; Investigador de mercados turísticos; Dinamizador de núcleos y destinos turísticos; Transferista

Titulación:

Con la superación de las pruebas presenciales de FP de grado superior obtendras el título oficial de grado superior:**TÉCNICO SUPERIOR EN INFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURISTICA**.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno 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 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

Temario

1. DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS LOCALES Y REGIONALES

• El sector turístico.
- La organización del sector.
- El marco económico y social.
- La estructura de comercialización en el sector.
- Las profesiones turísticas.
- Los efectos del turismo.
- La planificación turística.

• Recursos turísticos del entorno.
- Recursos naturales.
- Patrimonio histórico-artístico.
- Manifestaciones culturales.
- Elaboración de inventarios turísticos.
- Técnicas para la evaluación de los recursos turísticos.

• Planificación territorial.
- Urbanismo.
- Turismo y medio ambiente.
- Ordenación turística.

• Investigación del mercado turístico del entorno.
- Fuentes de información.
- Técnicas de investigación.
- Técnicas de tratamiento de la información.
- La oferta turística nacional, regional y local.
- La demanda turística nacional, regional y local.
- El consumidor: elasticidad, necesidades y segmentación.

• Creación y desarrollo de productos turísticos locales y regionales.
- Tipología y características de productos turísticos.
- Proceso de definición o redefinición de un producto.
- Proyectos de desarrollo de productos turísticos: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución.
- Gestión de iniciativas turísticas.

• turístico.
- Definiciones y conceptos.
- El : producto/servicio, precios, intermediación, comunicación, ventas.
- El plan de : diferenciación, posicionamiento.

• La comunicación.
- La publicidad: concepto, objetivos e instrumentos.

© icaformación2026

- La promoción.
- El directo.
- El patrocinio.
- Planificación y control de acciones de comunicación.
- Organización de eventos promocionales.

2. ASISTENCIA Y GUÍA DE GRUPOS

• Tipología y características de la actividad de asistencia y guía de grupos.
- Guía acompañante: guía acompañante en circuitos en autocar, guía acompañante en grandes viajes.
- Guía local: guía local provincial, guía de monumentos, guía de turismo verde.
- .

• Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas.
- Trámites aduaneros.
- Derechos del viajero.
- Seguros de viajes. Prestaciones y normativa internacional.
- Consulados y embajadas: servicios que prestan.

• Regulación de la actividad profesional.
- Legislación de ámbito nacional y autonómico.
- Normas comunitarias.
- Relaciones contractuales de los guías con las entidades contratantes.

• Técnicas de programación de itinerarios turísticos.
- Elementos de la programación.
- Metodología.
- Información y documentación.

• Asistencia y animación de grupos.
- Tipología de la demanda turística.
- Los grupos turísticos: formación y características de los grupos, comportamientos observables en un grupo.
- El liderazgo: concepto, teorías, enfoques del liderazgo.
- Conducción de grupos: aplicación de las técnicas de dinamización y dirección de grupos.
- La motivación turística: definición de motivación, principales teorías de la motivación, técnicas de motivación y refuerzo.
- Animación de grupos en ruta: animación turística, animación sociocultural.

• Técnicas de comunicación aplicadas a la actividad.
- Definición, elementos y tipos de comunicación.
- Etapas del proceso. Retroalimentación.
- Dificultades/barreras en la comunicación.
- La comunicación como generadora de comportamientos.
- Las relaciones públicas.

• Solución de problemas y toma de decisiones en el desarrollo de la actividad.
- Situaciones conflictivas.
- Proceso para la resolución de problemas.
- Toma de decisiones en grupo.
- Fases en la toma de decisiones.

• La naturaleza y el arte como recursos turísticos.
- Arte y entorno.
- Métodos para la explicación de recursos culturales y naturales.

3. INFORMACIÓN TURÍSTICA EN DESTINO

• El servicio de información turística.
- Tipologías.
- Servicios de un centro de información turística.
- Relaciones con otras actividades y empresas turísticas.
- Formas de financiación.
- Los centros de información turística en la CEE.
- Promoción de los servicios propios de los C.I.T.
- Comunicaciones internas y externas.

• Estructuras organizativas y funcionales más características en los servicios de información turística.
- Areas o departamentos básicos.
- Funciones principales.
- Organigramas.

• Fuentes de información turística.
- Fuentes manuales y mecanizadas.
- Fuentes internas y externas.

© icaformación2026

- Análisis de la información.
- El proceso documental. La recuperación de documentos.
- Identificación y valoración de fuentes de información.
- Bancos y bases de datos.
- Los sistemas integrales de reservas.
- Sistemas de archivo.
- Catalogación y análisis documental.
- Actualización.

• Información, orientación y asistencia turística.
- Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística: información, interacción informador-usuario, sugerencias y recomendaciones, seguimiento, cierre.
- Técnicas de protocolo e imagen personal.
- Tipologías de clientes y su tratamiento.
- La protección de consumidores y usuarios en España y en la CEE. Derechos del consumidor.
- Tratamiento de quejas.
- Reclamaciones y denuncias en empresas turísticas.

• Ofimática aplicada.
- Informática aplicada a los centros de información turística.
- Automatización de los servicios de información turística.
- Utilización de centrales de reservas.
- Utilización de bancos y bases de datos.

• Gestión administrativa.
- Confección de informes.
- Tratamiento administrativo de reclamaciones y quejas.
- Visados.
- d) Divisas.
- e) Documentación bancaria.
- f) Control estadístico.

• El control económico.
- El control presupuestario.
- Análisis y control de costes.

• Legislación general y turística.
Normas comunitarias, estatales y autonómicas.

• La calidad en los servicios de información turística.
- Servicio producto.
- Control de la calidad del servicio y satisfacción del cliente.

4. PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES

• España como producto turístico.
- Un destino multiproducto.
- Turismo de sol y playa.
- Turismo urbano.
- Turismo cultural.
- Turismo de congresos.
- Turismo itinerante: grandes rutas.
- Turismo rural.
- Turismo verde: parques naturales.
- Turismo de aventura.
- Turismo deportivo.
- Turismo náutico.
- Turismo de salud.
- Turismo de invierno.
- Turismo joven.
- •) Otros recursos turísticos de España.

• Destinos turísticos internacionales.
- Destinos de sol y playa.
- Destinos urbanos.
- Destinos culturales.
- Grandes rutas turísticas.
- Destinos de turismo rural.
- Destinos de turismo verde: parques naturales.
- Destinos de turismo de aventura.
- Destinos de turismo náutico.
- Destinos de turismo de salud.

- Destinos turísticos de invierno.
- Destinos de turismo joven.
- Circuitos profesionales y de negocios.
- Otros recursos turísticos internacionales.

• Productos turísticos nacionales e internacionales según medios de transporte.
- Grandes rutas terrestres europeas.
- Trenes turísticos.
- Cruceros fluviales y marítimos.

5. LENGUA EXTRANJERA

• Uso de la lengua oral.
- Participación en conversaciones, debates y exposiciones relativas a situaciones de la vida profesional y a situaciones derivadas de las diferentes actividades del sector empresarial: terminología específica; aspectos formales (actitud profesional adecuada al interlocutor de lengua extranjera); aspectos funcionales: intervenir de forma espontánea y personal en diálogos dentro de un contexto, utilizar fórmulas pertinentes de conversación en una situación profesional, extraer información específica propia del sector para construir una argumentación; facilitar la comunicación, utilizando todas las habilidades y estrategias posibles para poder afrontar cualquier tipo de situación de relación personal y/o laboral.

• Uso de la lengua escrita.
- Comprensión y redacción global y específica de documentos visuales, orales o escritos relacionados con aspectos profesionales: utilización de la terminología específica, seleccionando la acepción correcta en el diccionario técnico según el contexto de la traducción; selección de los elementos morfosintácticos (estructura de la oración, tiempos verbales, nexos y subordinación, formas impersonales, voz pasiva, etc.), de acuerdo con el documento que se pretenda elaborar; aplicación de fórmulas y estructuras hechas utilizadas en la comunicación escrita.

• Aspectos socioculturales.
- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de la lengua extranjera.
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Utilización de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de empresa.

6. SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA

• Uso de la lengua oral.
- Incrementar la capacidad de comunicación, empleando las estrategias que estén a su alcance para familiarizarse con otra forma de enfocar el entorno socio-laboral: léxico socioprofesional, estrategias comunicativas para obtener una información más completa (solicitar precisiones, comprobar que lo que se ha dicho ha sido correctamente interpretado...), estrategias de participación en la conversación (colaborar en el mantenimiento de la conversación, mantener el turno de palabra, cambiar de tema...).
- Incorporación al repertorio productivo de nuevas funciones comunicativas (hacer hipótesis, suposiciones, contradecir, persuadir, argumentar, etc...).
- Reconocimiento de vocabulario y estructuras lingüísticas falsamente semejantes en las lenguas conocidas para evitar errores previsibles.

• Uso de la lengua escrita.
- Comprensión y producción de documentos sencillos (visuales, orales y escritos) relacionados con situaciones tanto de la vida cotidiana como de la profesional: transferencia de los conocimientos sobre la organización de distintos tipos de textos a la segunda lengua extranjera; uso sistemático del diccionario; utilización de obras técnicas instrumentales (libros de consulta, textos específicos...); incorporación de nuevos elementos morfosintácticos tales como las oraciones subordinadas, la voz pasiva, la concordancia de los tiempos verbales...

• Aspectos socioculturales.
- Referentes sociales y culturales clave entre los hablantes de la lengua extranjera: la prensa, la publicidad, las relaciones laborales, el cine, etc...
- Interpretación de algunos rasgos que definen el comportamiento sociolingüístico de los hablantes de la lengua extranjera, basándose en claves lingüísticas (como en la entonación, registro de lengua, etc.) o no lingüísticas (gestos, actitudes, etc.).
- Actitud abierta a las distintas culturas representadas por los diferentes países de la lengua extranjera.

7. FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

• Salud laboral.
- Condiciones de trabajo y seguridad.
- Factores de riesgo: medidas de prevención y protección.
- Organización segura del trabajo: técnicas generales de prevención y protección.
- Primeros auxilios.

• Legislación y relaciones laborales.
- Derecho laboral.
- Seguridad Social y otras prestaciones.
- Negociación colectiva.

• Orientación e inserción sociolaboral.

© icaformación2026

- El proceso de búsqueda de empleo.
- Iniciativas para el trabajo por cuenta propia.
- Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales.
- Itinerarios formativos/profesionalizadores.
- Hábitos sociales no discriminatorios.

• Principios de economía.
- Variables macroeconómicas e indicadores socioeconómicos.
- Relaciones socioeconómicas internacionales.

• Economía y organización de la empresa.
- La empresa: areas funcionales y organigramas.
- Funcionamiento económico de la empresa.

8. PROYECTO INTEGRADO
9. FORMACION EN CENTROS DE TRABAJO

© icaformación2026