

Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos (UF0078)

Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos (UF0078)

Duración: 90 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

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:

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 FUAAV (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.

© icaformación2026

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.

© icaformación2026

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.

© icaformación2026

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.

© icaformación2026