

PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Duración: 60 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 El turismo y la estructura del mercado turístico 1.1 Concepto de turismo 1.2 El sistema turístico 1.3 La demanda turística 1.4 La oferta turística 1.5 Evolución histórica del turismo 1.6 Análisis de la oferta 1.7 Análisis de la oferta 1.8 Actividades: el turismo y la estructura del mercado turístico 2 El alojamiento 2.1 La hostelería 2.2 Relaciones entre las empresas de alojamiento 2.3 Principales proveedores de alojamiento 2.4 Tipos de unidades de alojamiento 2.5 Actividades: el alojamiento 3 El transporte como componente del producto turístico 3.1 Transporte por carretera 3.2 Transporte por ferrocarril 3.3 Transporte acuático 3.4 Transporte aéreo 3.5 Actividades: el transporte como componente del producto turístico 4 Otros elementos y componentes de los viajes combinados 4.1 El transporte discrecional en autocar 4.2 El alquiler de automóviles con y sin conductor 4.3 Los cruceros marítimos y fluviales 4.4 Los servicios de acompañamiento 4.5 Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje 4.6 Actividades: otros elementos y componentes de los viajes combinados 5 Principales destinos turísticos nacionales 5.1 Turismo de sol y playa 5.2 Turismo de naturaleza y turismo activo 5.3 Turismo cultural y religioso 5.4 Turismo social y de salud 5.5 Actividades: principales destinos turísticos nacionales 6 Principales destinos turísticos internacionales 6.1 Europa 6.2 áfrica 6.3 América del norte 6.4 América central y américa del sur 6.5 Asia 6.6 Oceanía 6.7 Actividades: principales destinos turísticos internacionales 6.8 Cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 1 ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS 1 La distribución turística 1.1 Concepto de distribución de servicios 1.2 Las agencias de viajes 1.3 Normativas y reglamentos reguladores 1.4 Las centrales de reservas 1.5 Análisis de la distribución turística 1.6 Análisis de las motivaciones turísticas 1.7 Los sistemas globales de distribución o gds 1.8 Actividades: la distribución turística 2 La venta de alojamiento 2.1 Relaciones entre las empresas de alojamiento 2.2 Fuentes informativas de la oferta de alojamiento 2.3 Reservas directas e indirectas 2.4 Tipos de tarifas y condiciones de aplicación 2.5 Bonos de alojamiento 2.6 Principales proveedores de alojamiento 2.7 Actividades: la venta de alojamiento 3 La venta de transporte 3.1 El transporte aéreo regular 3.2 Fuentes informativas del transporte aéreo regular 3.3 Transporte aéreo chárter 3.4 El transporte por carretera regular 3.5 El transporte marítimo regular 3.6 Actividades: la venta de transporte 4 La venta de viajes combinados 4.1 El producto turístico integrado 4.2 Relaciones entre tour-operadores 4.3 Procedimientos de reservas 4.4 Principales tour-operadores 4.5 Actividades: la venta de viajes combinados 5 Otras ventas y servicios de las agencias de viajes 5.1 La venta de autos de alquiler 5.2 La venta de seguros de viaje 5.3 La venta de excursiones 5.4 Información sobre requisitos a los viajeros internacionales 5.5 Gestión de visados 5.6 Aplicación de cargos por gestión 5.7 Actividades: otras ventas y servicios de las agencias de viajes 6 El

© icaformación2026

marketing y la promoción de ventas 6.1 Concepto de marketing 6.2 Segmentación del mercado 6.3 El marketing mix 6.4 El plan de marketing 6.5 Marketing directo 6.6 Planes de promoción de ventas 6.7 El merchandising 6.8 Actividades: el marketing y la promoción de ventas 7 Internet como canal de distribución turística 7.1 Las agencias de viajes virtuales 7.2 Las relaciones comerciales a través de internet 7.3 Utilidades de los sistemas online 7.4 Modelos de distribución turística a través de internet 7.5 Servidores online 7.6 Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line 7.7 Actividades: internet como canal de distribución turística 8 Páginas web de distribución turística y portales turísticos 8.1 El internauta como turista potencial y real 8.2 Medios de pago en internet 8.3 Conflictos y reclamaciones on-line de clientes 8.4 Actividades: páginas web de distribución turística y portales turísticos 8.5 Cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 2 GESTIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL (G.D.S.) 1 Utilización de terminales de sistemas de distribución (gds) 1.1 Introducción 1.2 Actividades: utilización de terminales de sistemas de distribución (gds) 1.3 Cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 3 COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO 1 La comunicación aplicada a la hostelería 1.1 La comunicación óptima en la atención al cliente 1.2 Asociación de técnicas de comunicación 1.3 Resolución de problemas de comunicación 1.4 Análisis de características 1.5 Actividades: la comunicación aplicada a la hostelería 2 Atención al cliente en hostelería 2.1 La atención personalizada 2.2 El tratamiento de situaciones difíciles 2.3 Tipologías 2.4 La protección de consumidores y usuarios 2.5 Actividades: atención al cliente en hostelería 2.6 Cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 4 2.7 Cuestionario: cuestionario módulo 1

© icaformación2026