

La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



# Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Permite adquirir las habilidades profesionales necesarias para analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales, así como desarrollar los procesos de ventas y reservas de transportes, viajes combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos.

Contenidos:

## 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.



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



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:



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



### 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.



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



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.



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



## 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.



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



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.



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



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.