

Gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos

Modalidad:

e-learning con una duración 28 horas

Objetivos:

Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, y aplicar en ellos los procedimientos y las técnicas de atención al cliente y de comunicación adecuados, como elemento básico para el logro de los objetivos empresariales.

Desarrollar acciones promocionales aplicables a establecimientos de restauración, aplicando técnicas de marketing.

Describir un plan de marketing en restauración.

Contenidos:

1. Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
2. Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
3. Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
4. Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
5. Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
6. Cumplimentación de documentos de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.