



**Certificado de Profesionalidad:
Creación y Gestión de Viajes
Combinados y Eventos**



Working

Formación Integral S.L.

www.workingformacion.com

OBJETIVOS

El sector turístico ofrece al cliente cada vez mayor número de productos y servicios, ya que éste tiene un nivel de vida y una tradición como turista que le hace más exigente. Este hecho obliga a los profesionales del sector a tener unos conocimientos muy profundos de todas las posibilidades que los recursos de cada zona, y de este modo diseñar aquello que a los ojos del visitante puede resultar más interesante. El presente curso dotará al alumno de los conocimientos necesarios para elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados, gestionar eventos y unidades de información y distribución turística, además de comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.

CONTENIDOS

PARTE 1. ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE VIAJES COMBINADOS

UNIDAD FORMATIVA 1. PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO Y LA ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO.

1. Concepto de Turismo. Evolución del concepto de Turismo.
2. El sistema turístico. Partes o subsistemas.
3. La demanda turística. Tipos de demanda turística.
Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
4. La oferta turística. Componentes de la oferta turística.
5. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.
6. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.
7. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ALOJAMIENTO COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

8. La hostelería. Los establecimientos de alojamiento.
Clasificaciones y características.
9. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y touroperadores.
10. Principales proveedores de alojamiento.

11. Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. Cadenas hoteleras. Centrales de reservas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL TRANSPORTE COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

12. Transporte por carretera:
13. Transporte por ferrocarril:
14. Transporte acuático:
15. Transporte aéreo:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OTROS ELEMENTOS Y COMPONENTES DE LOS VIAJES COMBINADOS, EXCURSIONES O TRASLADOS.

16. El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contrastes. Normativa.
17. El alquiler de automóviles con y sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado fly-drive.
18. Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas. Prestaciones. Reservas.
19. Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
20. Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES.

21. Turismo de sol y playa:
22. Turismo de naturaleza y turismo activo:
23. Turismo cultural y religioso:
24. Turismo profesional:
25. Turismo social y de salud:

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES.

26. Europa:
27. África:
28. América del Norte:
29. América Central y América del Sur:
30. Asia:
31. Oceanía:

UNIDAD FORMATIVA 2. PLANIFICACIÓN, PROGRAMACIÓN Y OPERACIÓN DE VIAJES COMBINADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CREACIÓN Y OPERACIÓN DE VIAJES COMBINADOS.

32. Concepto de viaje combinado. Tipos. Viajes combinados elaborados bajo demanda y para la oferta.
33. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas. Condiciones de colaboración y términos de retribución.
34. Análisis de las fases de la elaboración, programación, comercialización y operación de los viajes combinados.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROGRAMACIÓN Y OPERACIÓN DE EXCURSIONES Y TRASLADOS.

35. Tipos de excursiones y visitas. Características y servicios que incluyen. Operaciones regulares y operaciones bajo demanda. Normativa aplicable. Programación y operación de excursiones.
36. Los traslados como operación propia de las agencias de viajes receptoras. Tipos de traslados. Programación y operación de traslados.

PARTE 2. GESTIÓN DE EVENTOS

UNIDAD FORMATIVA 1. GESTIÓN DE PROTOCOLO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EVENTOS Y PROTOCOLO.

37. El concepto de protocolo
38. Clases de protocolo
39. Descripción de las razones y aplicaciones más habituales del protocolo en diferentes eventos.
40. Aplicación de las técnicas de protocolo más habituales
41. Aplicación de las técnicas más habituales de presentación personal.
42. El protocolo aplicado a la restauración.

UNIDAD FORMATIVA 2. PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO DE REUNIONES Y SU DEMANDA DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS.

43. El turismo de reuniones: concepto y evolución histórica; situación y tendencias; el turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano.
44. Las características diferenciadas y específicas de este tipo de demanda.
45. Mecanismos de decisión. Impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos.
46. Incorporación a la cadena turística de servicios considerados tradicionalmente como servicios a las empresas o no turísticos.
47. Agentes turísticos específicos: organizadores profesionales de eventos, agencias de viajes especializadas y otros. Evolución.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES DE TURISMO DE REUNIONES.

48. Factores que determinan la especialización de un destino para turismo de reuniones: imagen de marca, infraestructuras especializadas, capacidad de alojamiento, servicios especializados y oferta complementaria.
49. Características y análisis comparativo de los principales destinos de turismo de reuniones a nivel nacional e internacional.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS EVENTOS, SU TIPOLOGÍA Y SU MERCADO.

50. Tipología de reuniones y eventos: congresos, convenciones, viajes de incentivo, exposiciones y ferias, eventos deportivos y otros.
51. El concepto de evento.
52. El mercado de eventos. Los promotores de eventos. Las entidades colaboradoras y los patrocinadores. Participantes y acompañantes.
53. La gestión de eventos como función emisora y como función receptora.
54. Fases del proyecto de un evento:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL EVENTO COMO PROYECTO: PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTACIÓN Y ORGANIZACIÓN.

55. Fuentes y medios de acceso a la información.
56. Criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios.
57. Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos renegociables.
58. Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones.

59. Programación del evento: tipología de actos en función de tipología de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones.
60. Programación de la logística y de los recursos humanos.
61. Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes, tales como ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos.
62. Gestión de espacios comerciales y de patrocinios.
63. Presidencias honoríficas y participación de personalidades.
64. Confección de cronogramas.
65. Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad.
66. Presupuestación del evento:

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIOS REQUERIDOS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

67. Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características. Formas de servicios. Tarifas.
68. Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones.
69. Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita.
70. Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos.
71. Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones.
72. Secretaría técnica y secretaría científica.
73. Servicios de animación cultural y producción de espectáculos.

74. Transportes de acceso a la sede del evento y transportes internos colectivos:
75. Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales.
76. Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos.
77. Otros servicios requeridos en los eventos:

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE EVENTOS.

78. Tipos y comparación.
79. Programas a medida y oferta estándar del mercado.
80. Aplicación de programas integrales para la gestión de las secretarías técnica y científica, pagos y reservas on-line.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EVENTO COMO PROYECTO: ORGANIZACIÓN.

81. La organización del evento: Definición de funciones y tareas.
82. Comités y secretarías: funciones y coordinación.
83. Gestión de colaboraciones y patrocinios.
84. Soportes y medios para ofrecer información del evento.
85. Difusión del evento y captación de participantes.
86. Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos.
87. Funciones y responsabilidades.
88. Procedimientos e instrucciones de trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL EVENTO COMO PROYECTO: DIRECCIÓN Y CONTROL.

89. Control de inscripciones.

90. Control de cobros.
91. Confirmaciones de inscripción, asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos.
92. Protección de datos personales.
93. Documentación del evento.
94. Procesos administrativos y contables.
95. Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones.
96. Coordinación.
97. Evaluación de servicios y suministros.
98. Formalización de contratos. Documentación.
99. Supervisión y control del desarrollo del evento.
100. Coordinación y recursos de comunicación, puntualidad en los actos, protocolo, seguridad, servicio técnico, reclamaciones, quejas, conflictos y otras situaciones emergentes.
101. Documentos de control del evento:
102. El informe final del evento.
103. Balances económicos.

UNIDAD FORMATIVA 3. COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA DE GESTIÓN DE EVENTOS.

104. La oferta de los destinos especializados.
105. Vías y fórmulas de comercialización.
106. La oferta de los organizadores de eventos. Marca corporativa e imagen.
107. Público objetivo.
108. Canales de distribución. Soportes. Estrategias de distribución.
109. Técnicas y estrategias de fidelización.
110. Acciones y soportes promocionales.
111. La oferta específica: características y presentación.

112. Fuentes de información sobre eventos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN, ATENCIÓN AL CLIENTE Y TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN EN LA GESTIÓN DE EVENTOS.

113. La comunicación interpersonal. Procesos. Barreras. Saber escuchar y preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica.

114. Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes.

115. Tipología de clientes.

116. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales.

117. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica.

118. La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas.

119. Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. Procedimientos. Normativa.

120. Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal.

PARTE 3. GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

UNIDAD FORMATIVA 1. PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA CULTURA DE LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS Y/O ENTIDADES DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

121. El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico.

122. Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves.

123. Aspectos legales y normativos

124. El plan de turismo español Horizonte 2020.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ORGANIZACIÓN HOSTELERA Y TURÍSTICA.

125. Organización de la calidad:

126. Gestión por procesos en hostelería y turismo:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

127. Procesos de producción y servicio:

128. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio:

129. Gestión de los datos:

130. Evaluación de resultados.

131. Propuestas de mejora.

UNIDAD FORMATIVA 2. PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PLANIFICACIÓN EN LAS EMPRESAS Y ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS.

132. La planificación en el proceso de administración.

133. Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos.

134. Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.

135. Revisión periódica de los planes en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas empresas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIOS EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS.

- 136. La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.
- 137. Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas.
- 138. Definición de ciclo presupuestario.
- 139. Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRUCTURA FINANCIERA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS.

- 140. Identificación y caracterización de fuentes de financiación.
- 141. Relación óptima entre recursos propios y ajenos.
- 142. Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico.
- 143. Aplicaciones informáticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EVALUACIÓN DE COSTES, PRODUCTIVIDAD Y ANÁLISIS ECONÓMICO PARA AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS.

- 144. Estructura de la cuenta de resultados en las agencias de viajes y distribuidores turísticos.
- 145. Tipos y cálculo de costes empresariales específicos.
- 146. Aplicación de métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos y atenciones a clientes de servicios turísticos.

147. Cálculo y análisis de niveles de productividad y de puntos muertos de explotación o umbrales de rentabilidad, utilizando herramientas informáticas.
148. Identificación de parámetros establecidos para evaluar: Ratios y porcentajes. Márgenes de beneficio y rentabilidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ORGANIZACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES, OTROS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS Y ENTIDADES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

149. Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de agencias de viajes y entidades de información turística.
150. Tipología y clasificación de estas entidades.
151. Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales.
152. Patrones básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución y entidades de información turísticas: ventajas e inconvenientes.
153. Estructuras y relaciones departamentales y externas características de estas entidades.
154. Diferenciación de los objetivos de cada departamento o unidad y distribución de funciones.
155. Circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales.
156. Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FUNCIÓN DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS.

157. Definición y objetivos.

158. Relación con la función de organización.
159. Programas de formación para personal dependiente: análisis, comparación y propuestas razonadas.
160. Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA DIRECCIÓN DE PERSONAL EN UNIDADES DE DISTRIBUCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICAS.

161. La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones.
162. Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones.
163. Solución de problemas y toma de decisiones.
164. La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones.
165. Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
166. La motivación en el entorno laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS.

167. Tipos y comparación.
168. Programas a medida y oferta estándar del mercado.
169. Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas.

PARTE 4. INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN INGLÉS DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

170. Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
171. Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
172. Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
173. Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
174. Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
175. Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESTACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN INGLÉS.

176. Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística.
177. Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes.
178. Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio.
179. Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre.
180. Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan.
181. Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados.

182. Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN INGLÉS.

183. Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes.

184. Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales.

185. Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita.

186. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.

187. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

188. Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas.

MODALIDAD

METODOLOGÍA

Online. Se entrega el material a través de nuestra plataforma virtual homologada. Contará con acceso a la misma las 24 horas al día los 365 días del año.

<http://cursosonline.workingformacion.com>

DURACIÓN

670 horas

IMPARTIDO POR

Tutor experto en la materia. Contará con apoyo a través de nuestra plataforma en todo momento.

Al finalizar el curso se hará entrega de un
DIPLOMA HOMOLOGADO





Working

Formación Integral S.L.

Paseo Rosales 32, local 9 50008 Zaragoza
976 242 109 - info@workingformacion.com

www.workingformacion.com

