

GUÍA DEL MÁSTER



MÁSTER EN GESTIÓN HOTELERA Y TURISMO

VGL002

a  en

 CECAP

VEIGLER
BUSINESS SCHOOL



A DISTANCIA - ONLINE



Tutor personal



600 Horas



Posibilidad Estancias Formativas



Pago a plazos



De ~~3120€~~ a 780€



Metodología

En Veigler Business School apostamos por un método de estudio alternativo a la metodología tradicional. En nuestra escuela de negocios es el propio alumno el encargado de organizar y establecer su plan de estudio. Este sistema le permitirá conciliar su vida laboral y familiar con la proyección de su carrera profesional.



Tutor

A lo largo de la titulación, el alumno contará con un tutor que le ofrecerá atención personalizada y un seguimiento constante de sus estudios. El estudiante siempre podrá acudir a su tutor vía correo electrónico para resolver cualquier tipo de duda, ya sea sobre el material formativo, la planificación de los estudios o referente a gestiones y trámites académicos.



Certificación

Una vez el alumno haya finalizado la formación y superado con éxito las pruebas finales, el estudiante recibirá un diploma expedido por Veigler Business School que certifica que ha cursado el "**MÁSTER EN GESTIÓN HOTELERA Y TURISMO**". El título cuenta con firma de notario europeo y está avalado por nuestra condición de socios de la Confederación Española de Empresas de Formación (CECAP) y la Asociación Española de Escuelas de Negocios (AEEN). Además el alumno dispondrá del reconocimiento de **24** créditos ECTS.



Modalidad de estudio

La titulación puede cursarse en modalidad **ONLINE**. Una vez realizada la matrícula, el alumno recibirá un e-mail de bienvenida de su tutor con las claves de acceso al campus virtual. En él, el estudiante encontrará el material didáctico necesario para realizar la formación y tendrá distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen.

La titulación puede cursarse en modalidad **A DISTANCIA**. Una vez realizada la matrícula, el tutor le enviará un e-mail de bienvenida al alumno, y por otro lado, el estudiante recibirá el material formativo a su domicilio en un plazo de 6-8 días. En él encontrará distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen. El alumno deberá mandar el examen final por correo electrónico a su tutor.

TEMARIO

PARTE 1. PROCESOS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVOS

UNIDAD 1. CONTABILIDAD, MATEMÁTICAS COMERCIALES Y ESTADÍSTICA BÁSICAS.

1. Concepto y objetivos de la Contabilidad.
2. Los libros de contabilidad.
3. El patrimonio.
4. Las cuentas.
5. El plan general de contabilidad.
6. El proceso contable básico en las agencias de viajes.
7. La tesorería en las agencias de viajes.
8. Los impuestos. Su liquidación.
9. Los derechos de cobro.
10. Las amortizaciones. Las provisiones.
11. Las cuentas anuales.
12. Instrumentos de abono en las operaciones comerciales.
13. Cuentas corrientes.
14. Créditos.
15. Estadística básica.
16. Aplicaciones.

UNIDAD 2. PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN AGENCIAS DE VIAJES Y OTRAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Procesos administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística:
2. Procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento.
3. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte marítimo.
4. Procesos administrativos derivados de la venta de transporte ferroviario.
5. Procesos administrativos derivados de la venta de productos de tour-operadores y otros mayoristas.

6. Procesos administrativos derivados de otras ventas.
7. Aplicación de procedimientos de gestión documental.
8. Medios de almacenamiento y tratamiento de la información. Aplicaciones.
9. Control de correspondencia.

UNIDAD 3. PROCEDIMIENTOS DE ALMACENAMIENTO, REPOSICIÓN Y CONTROL DE DOCUMENTOS PROPIOS Y EXTERNOS.

1. Gestión de almacén.
2. Gestión de inventarios.
3. Control de existencias de documentos.

UNIDAD 4. PROCEDIMIENTOS DERIVADOS DE LAS RELACIONES ECONÓMICAS CON CLIENTES.

1. Anticipos y depósitos.
2. Facturación y cobro.
3. Medios de pago al contado.
4. Tarjetas de crédito y débito.
5. Condiciones para la aceptación de cheques y pagarés.
6. El pago aplazado.
7. La financiación externa.
8. Acuerdos comerciales con concesión de crédito a clientes
9. Las devoluciones por servicios no prestados
10. Control de cuentas de crédito.

UNIDAD 5. GESTIÓN DE TESORERÍA Y CONTROL DE CUENTAS DE CAJAS Y BANCOS.

1. Legislación vigente aplicable a la gestión de cuentas de caja y bancos.
2. Normativa reguladora de la compra de moneda extranjera.
3. Documentos de pago
4. Registro de movimientos de caja y formalización de los impresos administrativos

precontables y contables.

5. Realización de controles de caja solventando los desfases.

6. Análisis de extractos de cuentas bancarias

7. Análisis de las medidas de seguridad relacionadas con la documentación contable y el efectivo.

UNIDAD 6. UTILIZACIÓN DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN INTERNA (BACK-OFFICE) DE AGENCIAS DE VIAJES.

1. Gestión de operaciones administrativas, contables, financieras y fiscales

PARTE 2. PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD FORMATIVA 1. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

UNIDAD 1. LA COMUNICACIÓN APLICADA A LA HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. La comunicación óptima en la atención al cliente.

2. Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales.

3. Resolución de problemas de comunicación.

4. Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática.

UNIDAD 2. ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO.

1. Clasificación de clientes

2. La atención personalizada

3. El tratamiento de situaciones difíciles.

4. La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea.

UNIDAD FORMATIVA 2. PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD 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 2. EL ALOJAMIENTO COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. La hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características.

2. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y touroperadores.

3. Principales proveedores de alojamiento.

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

UNIDAD 3. EL TRANSPORTE COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. Transporte por carretera

2. Transporte por ferrocarril

3. Transporte acuático

4. Transporte aéreo

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

1. El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contrastes. Normativa.

2. El alquiler de automóviles con y sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de

reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado fly-drive.

3. Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas. Prestaciones. Reservas.

4. Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.

5. Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

UNIDAD 5. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES.

1. Turismo de sol y playa
2. Turismo de naturaleza y turismo activo
3. Turismo cultural y religioso
4. Turismo profesional
5. Turismo social y de salud

UNIDAD 6. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES.

1. Europa
2. África
3. América del Norte
4. América Central y América del Sur
5. Asia
6. Oceanía

UNIDAD FORMATIVA 3. ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Concepto de distribución de servicios.
2. Las agencias de viajes.
3. Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
4. Las centrales de reservas.
5. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
6. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
7. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

UNIDAD 2. LA VENTA DE ALOJAMIENTO.

1. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes

2. Fuentes informativas de la oferta de alojamiento

3. Reservas directas e indirectas

4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.

5. Bonos de alojamiento

6. Principales proveedores de alojamiento

UNIDAD 3. LA VENTA DE TRANSPORTE.

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.

2. El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relaciones. Tarifas

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.

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.

5. El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas.

UNIDAD 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS.

1. El producto turístico integrado.

2. Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.

3. Procedimientos de reservas.

4. Principales tour-operadores nacionales e internacionales.

UNIDAD 5. OTRAS VENTAS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

1. La venta de autos de alquiler.

2. La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.

3. La venta de excursiones.

4. Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.

5. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
6. Aplicación de cargos por gestión.

UNIDAD 6. EL MARKETING Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS EN LAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Concepto de Marketing.
2. Segmentación del mercado.
3. El Marketing Mix.
4. El Plan de Marketing.
5. Marketing directo.
6. Planes de promoción de ventas.
7. clientes actuales y potenciales.
8. de ventas.
9. El merchandising.

UNIDAD 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.

1. Las agencias de viajes virtuales
2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A).
3. Utilidades de los sistemas online
4. Modelos de distribución turística a través de Internet.
5. Servidores online.
6. Coste y rentabilidad de la distribución turística online.

UNIDAD 8. PÁGINAS WEB DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y PORTALES TURÍSTICOS.

1. El internauta como turista potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística.
3. Medios de pago en Internet.
4. Conflictos y reclamaciones online de clientes.

UNIDAD 1. UTILIZACIÓN DE TERMINALES DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN (GDS) Y DE APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES.

1. Los sistemas globales de distribución (GDS).
2. La distribución turística en Internet.
3. Programas de ventas o front office.
4. Gestión de expedientes de servicios, hojas de cotización, fichas de clientes, bonos, etc.

UNIDAD FORMATIVA 4. GESTIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL (G.D.S.)