

Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
INESEM

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir
Euroinnova

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Más de un

90%

tasa de
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



Leaders driving change
Elige Inesem



QS, sello de excelencia académica
Inesem: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



[Ver en la web](#)

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Relaciones institucionales



Relaciones internacionales



Accreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)

BY EDUCA EDTECH

Inesem es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



Ver en la web



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Inesem.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Inesem cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por AENOR por la ISO 9001.



5. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial** y una **imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Protección al Comprador

[Ver en la web](#)

Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales



Descripción

Este Master EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES le ofrece una formación especializada en la materia. El sector de la intermediación turística crece a la par del propio sector turístico, en auge constante. Por lo que se antoja fundamental el conocimiento del mercado turístico y el

Ver en la web

funcionamiento de los agentes que lo componen. Como elemento clave de este mercado se encuentran las agencias de viajes. Por este motivo, con la realización de este Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes se capacita para conocer todos los detalles necesarios para la dirección y gestión de este tipo de negocio, haciendo especial concreción en el marketing turístico, la gestión de precios a través de revenue management, y la planificación y gestión económico-financiera y de laboral. Siendo también parte clave del contenido la planificación estratégica y el diseño de productos turísticos.

Objetivos

- Analizar el funcionamiento del mercado turístico y sus peculiaridades con respecto a otros mercados.
- Gestionar los aspectos económico
- financieros de las agencias de viajes, además del apartado de gestión laboral.
- Conocer el comportamiento de la demanda turística y diseñar viajes combinados y productos turísticos al respecto.
- Estudiar la gestión de marketing desde un enfoque turístico y planificar una estrategia para el mercado.
- Estudiar el funcionamiento de la plataforma Amadeus y de las herramientas fundamentales en las agencias de viajes.
- Establecer políticas de precios y analizar la forma de proceder a través del revenue management.

Para qué te prepara

Este **Master EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES** se dirige a emprendedores que quieran iniciar su actividad en el sector de las agencias de viajes. También a aquellos profesionales del sector que quieran actualizar y profundizar sus conocimientos con las nuevas tendencias en este ámbito, y aquellos profesionales que quieran adquirir conocimientos técnicos sobre la dirección de agencias de viajes, y de paso poder obtener una Titulación de Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes.

A quién va dirigido

Este **Master EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES** te aporta conocimientos acerca del funcionamiento del mercado turístico y de todo el proceso que conlleva la creación, distribución e intermediación de productos turísticos, además de aportar conocimientos sobre los aspectos económicos, de calidad, laborales y de marketing para la gestión y dirección integral de las agencias de viajes.

Salidas laborales

Las salidas profesionales que presenta el master van enfocadas de forma directa en los puestos de gerentes y coordinadores de agencias de viajes y de modelos de negocios relacionados con la intermediación turística. También se enfoca a técnicas de agencias de viajes y agentes de reservas en cualquiera de las modalidades del sector turístico.

[Ver en la web](#)

TEMARIO

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL MERCADO TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE TURISMO

1. Introducción al turismo
2. Conceptualización del turismo
3. Naturaleza del producto turístico de España
4. Distribución del flujo turístico en España
5. Distribución del flujo turístico internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELEMENTOS DEL MERCADO TURÍSTICO

1. ¿Qué es el producto turístico?
2. Oferta y demanda turística en España
3. Proceso de distribución del producto turístico
4. Sistemas de distribución
5. Contexto de la empresa turística
6. Fuentes de regulación jurídica de la empresa turística

MÓDULO 2. LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS AGENCIAS DE VIAJES: CONCEPTUALIZACIÓN

1. Conceptualización de la Agencia de Viajes
2. Cometidos de la agencia de viajes: asesoramiento, mediación y producción
3. Tipos de agencias de viajes: mayoristas, minoristas y mayoristas-minoristas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRUCTURA DE LA AGENCIA DE VIAJES

1. Evolución de la agencia de viajes como organización
2. Estructura interna de la agencias de viajes
3. Órganos de dirección y gestión en la agencia de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO NORMATIVO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Legislación Sectorial: Agencias de Viaje
2. Las Agencias de Viaje: Servicios Turísticos de Intermediación
3. Los contratos Turísticos
4. Régimen Jurídico del Empresario Turístico
5. Los usuarios de servicios turísticos o turistas
6. Derecho de los consumidores
7. La sanción administrativa Turística

MÓDULO 3. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LAS AGENCIA DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONCEPTO DE ESTRATEGIA EN LA AGENCIA DE VIAJES

1. Concepto y clasificación de la estrategia
2. Los niveles de la estrategia
3. El proceso de planificación estratégica
4. Teoría de Recursos y Capacidades
5. Implicaciones estratégicas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DE DIRECTIVAS ESTRATÉGICAS

1. Proceso de dirección estratégica
2. Diagnóstico estratégico externo
3. Diagnóstico estratégico interno
4. Estrategia competitiva
5. Valoración estratégica
6. Viabilidad estratégica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. El plan estratégico en la empresa
2. Niveles de planificación estratégica
3. Objetivos estratégicos
4. Características del plan estratégico
5. Tipos de planes estratégicos
6. Elementos del plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN DE OPERACIONES EN LA AGENCIA DE VIAJES

1. Organización de la operatividad diaria
2. Gestión operativa de las reservas: solicitud, confirmación, pago y anulaciones
3. Control y archivo del expediente de la reserva
4. Documentación del viaje: emisión y entrega al cliente
5. Caso práctico de aplicación

MÓDULO 4. COMPETENCIAS PARA LA DIRECCIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMPETENCIAS CLAVE EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Concepto de competencia
2. Desarrollo de las competencias
3. Tipos de competencias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPETENCIAS DE EFICACIA PERSONAL

1. Tipos de competencias de eficacia personal
2. La proactividad como competencia de eficacia personal
3. El autogobierno como competencia de eficacia personal
4. La gestión personal como competencia de eficacia personal
5. El desarrollo personal como competencia de eficacia personal

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPETENCIAS DIRECTIVAS ESTRATÉGICAS

1. Análisis de competencia directiva estratégica
2. Desarrollo de competencias directivas estratégicas
3. El factor \"resolución de problemas\"
4. Planificación de recursos disponibles
5. La importancia de la competencia de orientación al cliente
6. Gestión de relaciones efectivas
7. Competencias negociadoras

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPETENCIAS DIRECTIVAS INTRATÉGICAS

1. Concepto de competencia directiva intratética
2. Habilidades conversacionales y comunicación
3. La organización como base de las competencias intratéticas
4. La fundamentalidad de la empatía
5. Integración en capacidad de decisiones
6. Desarrollo profesional a través del coaching
7. Aspectos básicos del trabajo en equipo

MÓDULO 5. PROCESO INTEGRAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACERCAMIENTO A LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Marco conceptual de la demanda turística
2. Naturaleza de la demanda turística
3. Estudio de mercado: la demanda viajera
4. Criterios de segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO TURÍSTICO EN RELACIÓN A LA DEMANDA

1. Contexto de la actividad turística
2. Fluctuación de la demanda turística
3. Proceso de la demanda turística
4. Naturaleza del Plan de Acción
5. Segmentación del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SOPORTES DE INFORMACIÓN PARA LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Introducción
2. Los soportes impresos
3. Los soportes mecanizados

MÓDULO 6. PROCESO INTEGRAL DE LAS OFERTAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA OFERTA TURÍSTICA Y EL MERCADO

1. Composición de la oferta turística
2. Diferentes ofertas turísticas
3. Desglose de la oferta turística
4. El binomio oferta-demanda
5. Otros servicios turísticos prestados en las Agencias de Viajes

6. Diseño de producto a la medida del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA VENTA DE PLAZAS HOTELERAS

1. Características propias de la hostelería
2. Hoteles y otros tipos de alojamientos
3. Proceso de reserva de alojamientos
4. Bases de datos en la venta de alojamientos
5. Tipos de reservas hoteleras
6. Tipos y regulación de las tarifas hoteleras
7. Funcionamiento de las cadenas hoteleras y centrales de reservas
8. Conflictos comunes en la intermediación hotelera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE VEHÍCULOS PARA TRANSPORTE POR CARRETERA

1. Definición y relación con compañías de transporte
2. Gestión y reserva de transporte regular por carretera
3. \"Charteo\" de vehículos por carretera
4. Gestión y reserva de vehículos de alquiler

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE PLAZAS EN TRANSPORTE AÉREO

1. Compañías aéreas y tipos de vuelos
2. Organismos reguladores del transporte aéreo y sus convenios
3. Tipos y desarrollo de las tarifas aéreas
4. Gestión y reserva de plazas aéreas
5. El billete aéreo y demás documentación exigida
6. Transporte aéreo con atenciones especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE PLAZAS EN TRANSPORTE FERROVIARIO

1. Renfe
2. Transporte regular y turístico nacional
3. Transporte regular y turístico europeo
4. Manuales de interpretación y guía de horarios
5. Tarifas por distancia, clase y tren
6. Gestiones con Renfe para la reserva y compra de billetes
7. Condiciones legales y modificaciones del billete de tren

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA VENTA DE TRANSPORTE ACUÁTICO

1. Transporte marítimo, fluvial y lacustre
2. Transporte marítimo regular y turístico
3. Guías necesarias en la reserva y gestión de horarios
4. Cálculo de tarifas marítimas
5. Gestión de la venta de servicios acuáticos y de línea regular

6. Tipos, composición, emisión, valoración y recorrido de los billetes de línea regular

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE PAQUETES TURÍSTICOS

1. Tipos de viajes combinados
2. Folletos publicitarios para la divulgación de la oferta
3. Gestiones necesarias en la reserva de viajes combinados
4. Diseño y programación de productos y servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA RESERVA Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS

1. Gestión y condiciones de los seguros de viaje
2. Contratación de guías, informadores y animadores turísticos
3. Gestión de otros servicios turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN EL TURISMO DE NEGOCIOS

1. Características de los viajes de negocios
2. Viajes comerciales individuales
3. Turismo de congresos y convenciones
4. Productos y servicios para empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. NUEVAS TENDENCIAS: VIAJES TURÍSTICOS SOSTENIBLES

1. Máximas del turismo sostenible
2. Impacto negativo del turismo en el entorno
3. Comercialización de productos turísticos sostenibles
4. Exigencias del diseño de destinos sostenibles

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA OFERTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA GRUPOS Y COLECTIVOS

1. Grupos y colectivos: el medio contra la estacionalidad
2. Captación de grupos
3. Cotización y gestión de reserva: operativa y asistencia

MÓDULO 7. MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO

1. Concepto de mercado turístico

2. Investigación de mercado turístico
3. Características y políticas del mercado turístico
4. La base del producto turístico
5. Estudio del turista como consumidor
6. Decisión de compra del turista

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. El plan de marketing
2. Aspectos básicos para su elaboración
3. División estructural del plan
4. Paso a paso de la elaboración del plan
5. El plan de marketing y la promoción en agencias de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. El producto turístico
2. Política de precios
3. Distribución del producto turístico
4. Comunicación en turismo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MARKETING DIGITAL

1. Concepto de Marketing Digital
2. Funciones y objetivos del Marketing Digital
3. Ventajas del Marketing Digital
4. Características de Internet como medio del Marketing Digital
5. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
6. Estrategia de marketing digital
7. La agencia de viajes on-line

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
3. Distribución del producto
4. Imagen y publicidad
5. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. La comunicación de destinos turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE VENTA

1. Introducción
2. Teoría de las ventas

3. Tipos de ventas
4. Técnicas de ventas
5. La venta y su desarrollo El contacto con el cliente

MÓDULO 8. REVENUE MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores
6. Amenaza de entrada de nuevos competidores
7. Amenaza de productos sustitutivos
8. Poder de negociación de los clientes
9. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?

1. El concepto de revenue management
2. El revenue manager en el organigrama de la empresa
3. Los ratios
4. Interpretación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT

1. Planteamiento estratégico
2. Análisis y gestión del valor de los clientes
3. El calendario de demanda
4. Plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTRICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN REVENUE MANAGEMENT

1. Medición de la eficacia del revenue management
2. Gestión de costes y precio
3. Criterios de distribución de costes
4. El pricing: fijación estratégica de precios
5. Aplicaciones informáticas del Revenue Management

MÓDULO 9. AMADEUS: EXPERTO EN RESERVAS AÉREAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACCESO AL SISTEMA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CODIFICACIÓN DE CIUDADES, COMPAÑÍAS AÉREAS Y PAÍSES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONSULTA DE VUELOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELEMENTOS OBLIGATORIOS DE LA RESERVA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS OPCIONALES DE LA RESERVA

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RECUPERACIÓN DE RESERVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MODIFICACIÓN DE RESERVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PASAJEROS FRECUENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL SISTEMA DE COLAS

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EJERCICIO GLOBAL

MÓDULO 10. ADMINISTRACIÓN LABORAL Y FINANCIERA DE LA AGENCIA DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1. Introducción
2. Concepto de planificación de Recursos Humanos
3. Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
4. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5. Modelos de planificación de los Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA RELACIÓN LABORAL

1. El contrato de trabajo
2. Las empresas de trabajo temporal (ETT)
3. Tiempo de trabajo
4. Contratos indefinidos
5. Contratos formativos
6. Contratos de duración determinada
7. El Salario

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN FINANCIERA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Identificación de las fuentes de ingresos
2. Gestión y control de los costes de la Agencia de Viajes
3. Presupuestos y Cuenta de Resultados
4. Control y seguimiento de cobros y pagos
5. Programas informáticos en la gestión de una Agencia de Viajes

MÓDULO 11. LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD APLICADA A LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

1. ¿Qué es la calidad?
2. Progreso hacia la Calidad Total
3. Gestión de las agencias de viajes a través de la Calidad Total
4. Exigencias para el cumplimiento de la calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS, PLANIFICACION Y GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EMPRESAS TURISTICAS

1. Aseguramiento de la calidad a través de las políticas de empresa
2. Sistemas de calidad y su planificación
3. Sistemas de calidad y su gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODELOS Y HERRAMIENTAS EN EL PROCESO DE CALIDAD

1. Principales beneficios en la gestión de la calidad
2. Nuevas tendencias en la gestión por procesos para la calidad
3. Principales herramientas utilizadas en los sistemas de calidad
4. Principios a modificar en la gestión tradicional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CALIDAD EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN AGENCIAS DE VIAJES

1. Introducción La Calidad del Servicio y Atención al Cliente
2. El Cliente
3. Tipos de cliente
4. Servicio post-venta y seguimiento al cliente

MÓDULO 12. PROYECTO FIN DE MÁSTER

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

 +34 958 050 205

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@inesem.es

 www.inesem.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 09:00 a 20:00h

Ver en la web

