

Máster en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes

➤ **Duración: 60 horas.**

➤ **Objetivos:**

El sector del turismo y el ocio está en pleno desarrollo y auge en nuestra sociedad actual, siendo generador de riqueza y proporcionando trabajo a miles de personas. España es uno de los países con un mayor número de Agencias de Viajes y esta cifra sigue en aumento cada año. El objetivo de este Máster en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes es dotar al alumnado de las herramientas directivas necesarias para gestionar adecuadamente una agencia de viajes o cualquier otra institución que proporcione servicios turísticos, llevando a cabo el análisis de su estructura organizativa y funcional, gestiones de marketing y recursos humanos, así como el dominio de los diferentes tipos de venta, ofreciendo siempre la máxima calidad en el servicio a sus clientes. Siendo estos profesionales los encargados de llevar a cabo funciones, que van desde la planificación y la producción de viajes, el asesoramiento y la venta de servicios y productos turísticos.

➤ **Contenidos:**

PARTE 1. GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES Y EVENTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA AGENCIA DE VIAJES

1. Concepto y funciones
2. Tipos de agencias de viajes (AAVV).
3. Evolución de las agencias de viaje en España.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA AGENCIA DE VIAJES

1. Introducción a la organización
2. La organización interna de una empresa
3. El organigrama de una agencia de viajes
4. La organización de una agencia de viajes
5. - Departamento técnico o de producto
6. - Departamento comercial o de marketing
7. - Departamento de ventas
8. - Departamento de administración y finanzas
9. Los niveles de responsabilidad y gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO NORMATIVO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Legislación sectorial: Agencias de Viajes
2. - Derecho Comunitario
3. - Normativa Estatal

4. - Normativa autonómica de Agencias de Viajes
5. Las Agencias de Viajes: Servicios Turísticos de intermediación
6. - La Licencia o título y la fianza
7. - Las Agencias de viajes extranjeras
8. - Las ayudas públicas
9. Los contratos turísticos
10. - Clasificación de los contratos turísticos
11. - Sujetos que intervienen en la contratación turística
12. Régimen jurídico del empresario turístico
13. - Los derechos y obligaciones de las Agencias de Viajes
14. - La responsabilidad del empresario
15. Los usuarios de servicios turísticos o turistas
16. - Derechos de los turistas
17. Derechos de los consumidores en los Viajes Combinados
18. La sanción administrativa turística

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES DE INFORMACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y DE EVENTOS TURÍSTICOS

1. Fuentes de información impresas
2. - Información turística general
3. - Información técnica para agencias de viajes
4. Fuentes de información mecanizadas
5. - Informática turística aplicada al sector
6. - Programas de gestión para agencias de viajes
7. - La distribución telemática en las agencias de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INTERMEDIACIÓN EN LA RESERVA Y VENTA DE ALOJAMIENTOS

1. El mundo de la hostelería
2. - Conceptos hosteleros generales
3. Modalidades de alojamientos
4. Relaciones entre Agencias de Viajes y empresas de alojamiento
5. - Procedimientos y normas de reserva
6. - Los contratos y los acuerdos
7. - Tipos de retribución en la venta de alojamiento
8. Fuentes informativas de la venta de alojamiento
9. Las reservas directas e indirectas
10. Las tarifas y sus condiciones de aplicación
11. Las cadenas hoteleras y las centrales de reserva

12. Algunos problemas en la relación con los hoteles

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE VIAJES Y EVENTOS TURÍSTICOS

1. Introducción
2. Promoción de los paquetes turísticos a la oferta
3. Venta de viajes programados
4. - Selección del producto
5. - Procedimiento de reserva y cálculo de precios
6. - Emisión de la documentación
7. Elaboración y programación de un paquete turístico
8. - Creación o diseño del producto
9. - Planificación del itinerario
10. - Elección de proveedores
11. - Cálculo del presupuesto del viaje
12. - Cálculo del índice de ocupación o punto muerto
13. - Elaboración y diseño del folleto y/o proyecto de viaje
14. - Presentación del producto
15. - Formalización y realización
16. - Control de calidad y seguimiento de la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA SOSTENIBLE

1. Turismo y sostenibilidad
2. Impacto del turismo
3. - Problemas medioambientales
4. - Problemas económicos
5. - Problemas socioculturales
6. Comercialización del turismo sostenible
7. Creación de destinos sostenibles

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE POR CARRETERA

1. Introducción
2. Transporte regular por carretera
3. Transporte discrecional
4. Alquiler de automóviles

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE AÉREO

1. Introducción
2. Principales organismos y convenios que regulan el tráfico aéreo
3. - Organismos Internacionales

4. - Convenios internacionales
5. Tarifas aéreas
6. Relaciones entre compañías aéreas regulares y Agencias de Viajes
7. Documentos de tráfico aéreo
8. Transporte aéreo especial
9. - Pasajeros que necesitan atenciones especiales
10. - Equipajes
11. - Animales vivos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DEL TRANSPORTE FERROVIARIO

1. Introducción
2. Oferta ferroviaria nacional
3. - Trenes regulares nacionales
4. - Trenes turísticos nacionales
5. - Trenes chárter nacionales
6. - Otros servicios de RENFE
7. Oferta ferroviaria europea
8. - Trenes regulares
9. - Trenes especiales
10. - Principales compañías ferroviarias europeas
11. Guías y horarioS
12. Tarifas ferroviarias
13. - Tarifas ferroviarias nacionales
14. - Tarifas ferroviarias internacionales
15. Relaciones entre RENFE y las Agencias de Viajes
16. El billete de tren

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE ACUÁTICO

1. Introducción
2. Servicios acuáticos de las Agencias de Viajes españolas
3. - Transporte marítimo regular
4. - Transporte discrecional o turístico
5. Guías y horarios
6. Tarifas marítimas nacionalesS
7. Comercialización y venta de los servicios acuáticos
8. Los billetes de pasaje de línea regular

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS Y VIAJES PROFESIONALES

1. Seguro de viajes o turístico
2. - Tipos de seguro de viaje
3. - Riesgos que incluye el seguro de viaje
4. - Reserva, cálculo de tarifas y emisión de la documentación
5. Guías y animadores turísticos
6. - Tipos de guías
7. - Relaciones de animadores y guías turísticos con las Agencias de Viajes
8. Otras actividades
9. Los viajes Profesionales
10. - Viajes individuales
11. - Viajes colectivos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. TÉCNICAS DE MARKETING Y VENTAS EN LAS AGENCIAS DE VIAJES Y EVENTOS TURÍSTICOS

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
4. - Proceso de marketing
5. - Marketing management
6. Mercadotecnia y actividad turística
7. Planeación estratégica de Agencias de Viajes
8. El Plan de Marketing: Definición y ventajas
9. Características del plan de Marketing
10. - La misión y la cultura de la empresa
11. - La elaboración del plan
12. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
13. Etapas para elaborar un plan de marketing
14. - Análisis de la situación
15. - Diagnóstico de la situación
16. - Definición de los objetivos
17. - Estrategias
18. - Planes de acción y presupuestos
19. - Control del plan
20. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 14. CALIDAD EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN AGENCIAS DE VIAJES

1. Introducción. La Calidad del Servicio y Atención al Cliente
2. - La Calidad del Servicio
3. - Atención al Cliente
4. - Competencias del Profesional en Atención al Cliente
5. - Habilidades Sociales
6. - Atención a quejas y reclamaciones
7. El Cliente
8. - Tipos de Clientes

PARTE 2. MARKETING TURÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
3. - Clasificación de la demanda
4. - Demanda turística internacional y nacional
5. Pautas para investigar la demanda viajera
6. - Fuentes y técnicas de recogida de información
7. - Factores que determinan la evolución de la demanda turística
8. - Parámetros básicos de la investigación
9. Segmentación de la demanda turística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL 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. - Proceso de marketing
5. - Marketing management
6. Mercadotecnia y actividad turística
7. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
3. - Investigación turística
4. - Segmentación del mercado
5. Política de mercado
6. El producto turístico
7. El consumidor turístico
8. Análisis de motivaciones
9. - Técnicas de motivación
10. - Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
3. - Las funciones del director de marketing
4. - Dirección y plan de marketing
5. El director de marketing como estratega
6. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. - La misión y la cultura de la empresa
4. - La elaboración del plan
5. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
6. Etapas para elaborar un plan de marketing
7. - Análisis de la situación
8. - Diagnóstico de la situación
9. - Definición de los objetivos
10. - Estrategias
11. - Planes de acción y presupuestos
12. - Control del plan
13. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
3. - Competencia comercial
4. - Precios y condiciones comerciales
5. Distribución del producto
6. Imagen y publicidad
7. - Imagen de la Agencia de Viajes
8. - Publicidad de la Agencia de Viajes
9. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
5. - E-Comunicación
6. - E-mail marketing
7. La comunicación de destinos turísticos

PARTE 3. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA E

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones
2. Liderazgo
3. Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción
2. Utilidad del Plan de Empresa
3. La introducción del Plan de Empresa
4. Descripción del negocio. Productos o servicios
5. Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing
2. Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructura
2. Recursos Humanos
3. Plan Financiero
4. Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto
5. Estructura legal. Forma jurídica

PARTE 4. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

1. MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

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. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes
7. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1. Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2. Marketing de la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación externa
6. Cultura empresarial o corporativa
7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo

9. MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

1. El contrato de trabajo
2. Las empresas de trabajo temporal (ETT)
3. Tiempo de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

1. Tipologías y modalidades de contratos de trabajo
2. Contratos indefinidos
3. Contratos temporales
4. Contratos para personas con discapacidad
5. Transformación en indefinidos de los contratos en prácticas, de relevo y de sustitución por anticipación de la edad de jubilación
6. Otros tipos de contratos
7. Modificaciones sustanciales del contrato de trabajo
8. Ineficacia, suspensión y extinción del contrato de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGURIDAD SOCIAL

1. Introducción. El Sistema de la Seguridad Social
2. Campo de aplicación del sistema de Seguridad Social
3. Regímenes de la Seguridad Social
4. Sistemas especiales de la Seguridad Social
5. Altas y bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS

1. El Salario
2. Cotización a la Seguridad Social
3. Retención por IRPF

PARTE 5. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1. Introducción a la contabilidad
2. La dualidad de la contabilidad
3. Valoración contable
4. Anotación contable
5. Los estados contables
6. El patrimonio de la empresa
7. Normativa: Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

1. Planteamiento caso práctico
2. Balance de situación inicial
3. Registro de las operaciones del ejercicio
4. Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
5. Balance de sumas y saldos

6. Cálculo del resultado: beneficio o pérdida
7. Asiento de cierre de la contabilidad
8. Cuentas anuales
9. Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

1. Principios de la contabilidad
2. Valoración de la contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

1. Diferenciación de pagos y cobros
2. Diferenciación de gastos e ingresos
3. Cuentas del grupo 6 y 7
4. Cálculo del resultado contable
5. Contabilización de los gastos
6. Contabilización de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

1. Definición del inmovilizado
2. Integrantes del inmovilizado material
3. Integrantes del inmovilizado intangible
4. Contabilización del inmovilizado
5. Amortización y deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

1. Definición de operaciones de tráfico y clasificación
2. Contabilizar operaciones con clientes y deudores
3. Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores
4. Débitos por operaciones no comerciales
5. MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. Introducción
2. El trabajo
3. La salud
4. Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5. La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES

1. Introducción
2. Riesgos ligados a las condiciones de seguridad
3. Riesgos higiénicos

4. Riesgos ergonómicos
5. Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
6. El acoso psicológico en el trabajo
7. El estrés laboral

PARTE 6. ADMINISTRACIÓN FISCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

1. El Tributo
2. Hecho imponible
3. Sujeto pasivo
4. Determinación de la deuda tributaria
5. Contenido de la deuda tributaria
6. Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

1. Introducción
2. Elementos del impuesto
3. Rendimientos del trabajo
4. Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

1. Rendimientos de capital inmobiliario
2. Rendimientos de capital mobiliario
3. Ganancias y pérdidas patrimoniales
4. Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
5. Liquidación del impuesto
6. Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

1. Naturaleza del impuesto
2. Hecho imponible
3. Operaciones no sujetas y operaciones exentas
4. Lugar de realización del hecho imponible
5. Devengo del impuesto
6. Sujetos pasivos
7. Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
8. Base imponible
9. Tipos de Gravamen
10. Dedución del impuesto
11. Gestión del Impuesto

12. Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

1. Naturaleza y ámbito de aplicación
2. Hecho imponible
3. Sujeto Pasivo
4. Base imponible
5. Periodo impositivo y devengo del impuesto
6. Tipo impositivo
7. Bonificaciones y Deducciones
8. Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión
9. Régimen especial de las fusiones y escisiones
10. Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
11. Otros regímenes especiales
12. Gestión del impuesto