

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA UNIDAD FORMATIVA

UNIDAD FORMATIVA	ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS	Duración	90
		Específico	
Código	UF0078		
Familia profesional	HOSTELERÍA Y TURISMO		
Área Profesional	Turismo		
Certificado de profesionalidad	Venta de productos y servicios turísticos	Nivel	3
Módulo formativo	Promoción y venta de servicios turísticos	Duración	250
Resto de unidades formativas que completan el módulo	Productos, servicios y destinos turísticos (Transversal)	Duración	90
	Gestión de sistemas de distribución global (GDS)		40
	Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo (Transversal)		30

Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Esta unidad de competencia se corresponde con las RP2, RP3, RP4 y RP5 completas, exceptuando los criterios referidos al tratamiento informatizado de la información y la atención al cliente, UC0266_3 VENDER SERVICIOS TURISTICOS Y VIAJES

Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran, estimando su evolución e incidencia de las nuevas tecnologías.

CE1.1 Explicar las particularidades de la distribución turística y relacionar los diferentes soportes y operadores que facilitan dicha distribución, explicando sus características.

CE1.2 Estimar la incidencia de las nuevas tecnologías en la distribución turística y describir su situación actual y tendencias.

CE1.3 Describir las funciones y características de las agencias de viajes en general, y clasificar y caracterizar los diferentes tipos de agencias de viajes.

CE1.4 Identificar los servicios y productos turísticos en cuya distribución participan las agencias de viajes y describir las características de su venta y de las relaciones que se producen con sus prestatarios / proveedores.

CE1.5 Identificar a otras entidades de distribución turística (centrales de reservas, sistemas globales de distribución, etc.)

CE1.6 Explicar la distribución turística en Internet, señalando sus características y aplicaciones, e identificar e interpretar la oferta en páginas Web de prestatarios e intermediarios turísticos

C2: Analizar las relaciones comerciales, operativas y contractuales de las agencias de viajes y tour-operadores con los diferentes proveedores de servicios turísticos.

CE2.1 Describir y explicar las relaciones que mantienen los proveedores de servicios turísticos con las agencias de viajes y tour-operadores, analizando los diferentes procesos que en tales relaciones se producen, e identificando y aplicando, en su caso, las normativas, convenios o usos que las regulan.

CE2.2 Identificar a los proveedores de servicios y acceder a sus ofertas obteniendo la información necesaria sobre las características de los servicios y sus precios o tarifas, utilizando para ello los soportes, manuales o tarifarios, entre otros y los medios de acceso a la información, disponibles para ello, y aplicar criterios de selección debidamente fundamentados.

CE2.3 Confeccionar documentos o mensajes de petición de cotizaciones o reserva de servicios, y elaborar y cumplimentar contratos para distintos tipos de servicios, incluyendo contratos de fletamento de medios de transporte, contratos de contingente en establecimientos de alojamiento y otros.

CE2.4 Describir las relaciones y situaciones que se producen en las interacciones entre el personal de las agencias de viajes y el personal de los proveedores y prestatarios de servicios, clasificando los tipos de comportamiento que se originan en escenarios de negociación, contratación, operaciones y conflictos, identificando las técnicas de comunicación y negociación adecuadas a cada caso y circunstancia.

CE2.5 En supuestos prácticos de relaciones con proveedores de servicios en circunstancias y escenarios diversos:

- Aplicar las técnicas de comunicación y negociación adecuadas.
- Facilitar la solución de conflictos entre las partes mediante planteamientos adecuados.

C3: Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales

CE3.1 Distinguir y analizar los procesos de información y ventas que se producen en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.

- CE3.2 Identificar y acceder a las ofertas de servicios y de productos (transportes, viajes combinados, cruceros, excursiones, etc.) y seleccionar la información necesaria para el asesoramiento o la venta,
- CE3.3 Determinar tarifas para cualquier medio de transporte, tanto para trayectos nacionales como internacionales, calculando correctamente el precio final y emitiendo la documentación correspondiente.
- CE3.4 Seleccionar proveedores y determinar los medios de gestión adecuados para formalizar las reservas de servicios y productos en las diversas circunstancias que puedan producirse, y aplicar los procedimientos adecuados según la naturaleza del proveedor y el tipo de servicio.

C4: Desarrollar los procesos de ventas y reservas de transportes, viajes combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos

- CE4.1 Reconocer los diferentes soportes y canales de solicitud de reservas existentes.
- CE4.2 Explicar el proceso de ventas de los transportes viajes combinados y excursiones, caracterizando sus fases e identificando técnicas y recursos, difusión y distribución de la oferta.
 - Peticiones de reservas.
 - Información, control de disponibilidad y venta.
 - Registro.
 - Gestiones con proveedores, tales como fueras de cupo, notificaciones de ventas, reconfirmaciones y peticiones especiales.
 - Seguimiento de reservas, confirmaciones y oferta de alternativas.
 - Emisión de documentación.
- CE4.3 Explicar el proceso de reserva de traslados, caracterizando sus fases e identificando técnicas y recursos: peticiones de reservas, registro y gestiones con proveedores.
- CE4.4 En supuestos prácticos de solicitudes de reservas de transportes, viajes combinados, excursiones o traslados:
 - Atender solicitudes de reserva identificando la información que debe requerirse al cliente.
 - Comprobar la disponibilidad de plazas y argumentar en función de la situación planteada, ofreciendo alternativas en caso necesario, con el fin de lograr la venta.
 - Efectuar el registro de los datos en el soporte elegido y redactar mensajes de solicitud de confirmación de servicios a proveedores.
 - Informar al cliente de la situación de la reserva reconfirmando sus términos, precios y servicios.

C5: Desarrollar acciones promocionales aplicables en agencias de viajes y describir y aplicar técnicas de promoción de ventas y de negociación, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales

- CE5.1 Definir segmentos de la demanda e identificar fuentes de información que permitan identificar a sus componentes.
- CE5.2 Crear ficheros de clientes actuales y potenciales en los que se puedan incluir los datos relevantes para los objetivos de promoción de ventas y otras acciones de marketing.
- CE5.3 Identificar los elementos caracterizadores de servicios y productos, y efectuar comparaciones de las que se deduzcan diferenciales positivos o negativos.
- CE5.4 Describir las técnicas de promoción de ventas, definir acciones promocionales y desarrollar los soportes correspondientes (cronogramas, fichas de visitas, argumentarios, etc.).
- CE5.5 Describir técnicas de negociación y aplicarlas en situaciones suficientemente caracterizadas.
- CE5.6 Reconocer y describir las técnicas de merchandising aplicables en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.
- CE5.7 Actuar con creatividad e imaginación en la formulación y desarrollo de propuestas personales de acciones promocionales.

Contenidos

1. La distribución turística

- o Concepto de distribución de servicios.
 - Características diferenciales de la distribución turística.
 - Intermediarios turísticos.
 - Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.
- o Las agencias de viajes.
 - Funciones que realizan.
 - Tipos de agencias de viajes.
 - Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.
- o Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes. La ley de Viajes Combinados.
- o Las centrales de reservas. Tipos y características
- o Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
- o Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
- o Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

2. La venta de alojamiento

- o Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:

- Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAHV (Federación Universal de Agencias de Viajes).
- Acuerdos y contratos.
- Tipos de retribución en la venta de alojamiento.
- Fuentes informativas de la oferta de alojamiento: Identificación y uso.
- Reservas directas e indirectas: Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
- Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
- Bonos de alojamiento: Tipos y características.
- Principales proveedores de alojamiento: Cadenas hoteleras y centrales de reservas.

3. La venta de transporte

- 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.
- El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relaciones. Tarifas
- El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.
- 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.
- El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones.
- Tarifas

4. La venta de viajes combinados

- El producto turístico integrado.
 - Tipos de viajes combinados.
 - Los cruceros.
 - Tendencias del mercado.
- Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
 - Términos de retribución.
 - Manejo de programas y folletos.
- Procedimientos de reservas. Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
- Principales tour-operadores nacionales e internacionales. Grupos turísticos y procesos de integración.

5. Otras ventas y servicios de las agencias de viajes

- La venta de autos de alquiler. Tarifas y bonos.
- La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
- La venta de excursiones.
- Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
- Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
- Aplicación de cargos por gestión

6. El Marketing y la promoción de ventas en las entidades de distribución turística.

- Concepto de Marketing. El "Marketing" de servicios. Especificidades.
- Segmentación del mercado. El "mercado objetivo".
- El Marketing Mix.
 - Elementos.
 - Estrategias.
 - Políticas y directrices de marketing.
- El Plan de Marketing.
 - Características.
 - Fases de la de marketing.
 - Planificación de medios.
 - Elaboración del plan
- Marketing directo. Técnicas. Argumentarios.
- Planes de promoción de ventas.
 - La promoción de ventas en las agencias de viajes.
 - La figura del promotor de ventas y su cometido.
 - Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.
 - Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.

- Normativa legal sobre bases de datos personales.
- Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.
- Decisores y prescriptores.
- El merchandising.
 - Elementos de merchandising propios de la distribución turística.
 - Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

7. Internet como canal de distribución turística

- Las agencias de viajes virtuales:
 - Evolución y características de la distribución turística en Internet.
 - El dominio de la demanda.
 - Estructura y funcionamiento.
 - La venta en el último minuto.
- Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)
- Utilidades de los sistemas online:
 - Navegadores: Uso de los principales navegadores.
 - Correo electrónico, Mensajería instantánea.
 - Teletrabajo.
 - Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line.
- Modelos de distribución turística a través de Internet. Ventajas. Tipos. Eficiencia y eficacia.
- Servidores online
- Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line.

8. Páginas web de distribución turística y portales turísticos

- El internauta como turista potencial y real.
- Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística
- Medios de pago en Internet:
- Conflictos y reclamaciones on line de clientes.

Apartado C: REQUISITOS Y CONDICIONES

Criterios de acceso

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Bachiller
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 3.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado superior
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad: Venta de productos y servicios turísticos.