



INESEM
Instituto Europeo de
Estudios Empresariales

Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes

+ Información Gratis

Titulación Oficial avalada por la Administración Pública

Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes

Duración: 600 horas

Precio: 0 € *

Modalidad: A distancia

* 100 % bonificable para trabajadores.

Descripción

El objetivo primordial de este Master consiste en la capacitación del alumno/a para el desarrollo de la dirección y gestión de una Agencia de Viajes, adquiriendo las competencias necesarias para llevar 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.



A quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

Objetivos

Ofrecer un acercamiento al mercado turístico y a la organización de las Agencias de viajes .

Diseñar una estrategia efectiva para las Agencias de Viajes , atendiendo a la dimensión y planificación del proyecto.

Gestionar la demanda turística e identificar las características de las diferentes ofertas.

Conocer la función del marketing en la empresa e identificar las características de un plan de marketing.

Adquirir los conocimientos para comprender las características y utilidades de las técnicas de análisis, valoración y retribución de puestos de trabajo.

Conocer el funcionamiento del contrato de trabajo, así como las implicaciones legales que posee.

Para que te prepara

Para llevar a cabo todas las funciones que un profesional del sector turístico puede ejercer: desde la planificación y producción de viajes, el asesoramiento y venta de servicios y productos turísticos o la tramitación y reserva de vuelos, paquetes turísticos, hoteles, reserva de transporte, etc., a la dirección y gestión de una Agencia de Viajes .

Salidas laborales

Agencias de Viajes. Centrales de reservas. Empresas vinculadas al sector turístico, etc.

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales, Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo y Fondo Social Europeo).



Forma de subvención

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en ir leyendo los manuales teóricos así como completando paso a paso todos los contenidos de los CDROMS Multimedia correspondientes al curso, realizando las distintas prácticas que se adjuntan en el Cuaderno de Ejercicios.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, el Cuaderno de Ejercicios. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% de total de las respuestas).

Materiales didácticos

- Manual teórico 'Savia Amadeus Vista'
- DVD
- Cuaderno de ejercicios
- Manual teórico 'Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes - Vol.1: Mercado Turístico y Organiz
- Manual teórico 'Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes - Vol.2: Competencias Estratégicas e
- Manual teórico 'Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes - Vol.3: Gestión de la Oferta y la Dem
- Manual teórico 'Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes - Vol.4: Gestión de Marketing y Recu
- Manual teórico 'Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes - Vol.5: Gestión de la Calidad y Recu
- Manual teórico 'Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes - Vol.6: Gestión Laboral, Fiscal y Cor
- CDROM 'Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes CD-ROM 1: Mercado Turístico y Estrategias
- CDROM 'Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes CD-ROM 2: Gestión del Mercado Turístico, M
- CDROM 'Master en Dirección y Gestión de Agencias de Viajes CD-ROM 3: Gestión Laboral, Fiscal y Contac



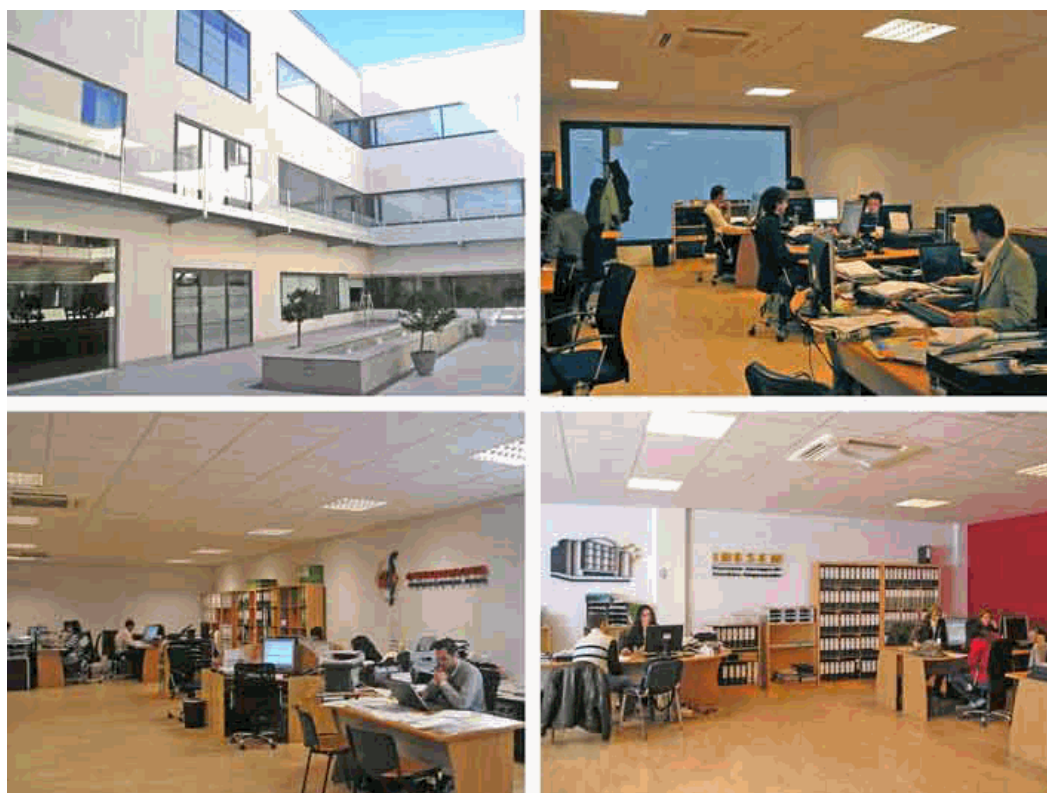
Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta con rapidez.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada.

Campus virtual online

Especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de INESEM ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Programa formativo

MÓDULO I. ACERCAMIENTO AL MERCADO TURÍSTICO

TEMA 1. EL TURISMO: CONCEPTO Y TIPOLOGÍAS DE TURISMO

Introducción

El concepto de turismo

Análisis de la composición del producto turístico de España

Principales destinos turísticos españoles y sus características

Destinos turísticos internacionales

TEMA 2. EL MERCADO TURÍSTICO Y LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Producto y características del producto

La oferta y la demanda del turismo en España

La distribución turística

Las centrales de reservas

Los sistemas globales de distribución

Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional

Las motivaciones turísticas

La distribución del turismo en Internet

MÓDULO II. LA ORGANIZACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

TEMA 3. NATURALEZA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Concepto y evolución de las agencias de viajes

Funciones de las agencias de viajes

Clasificación de las agencias de viajes

TEMA 4. LAS AGENCIAS DE VIAJES COMO ORGANIZACIÓN

Introducción a la organización

La organización interna de una empresa

El organigrama de una agencia de viajes

La organización departamental de una agencia de viajes

TEMA 5. MARCO NORMATIVO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES I

Las distintas fuentes normativas

Legislación General del Sector turístico

Legislación sectorial: Agencias de Viajes

TEMA 6. MARCO NORMATIVO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES II

Las Agencias de Viajes: Servicios turísticos de intermediación

Los contratos turísticos

Régimen jurídico del empresario turístico

Los usuarios de servicios turísticos o turistas

Las hojas de reclamaciones

Derechos de los consumidores en los Viajes Combinados

La sanción administrativa turística

MÓDULO III. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

TEMA 7. LA ESTRATEGIA EN LA EMPRESA

El concepto de estrategia

Actitud estratégica

Pensamiento estratégico

La empresa como conjunto de recursos y capacidades

Implicaciones estratégicas de la teoría de los recursos y capacidades

TEMA 8. DIMENSIONES DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Introducción

+ Información Gratis

Diagnóstico del entorno: análisis externo
Recursos estratégicos: diagnóstico interno
Puesta en marcha de estrategias
Evaluación
Análisis de la viabilidad

TEMA 9. PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA EN LA AGENCIA DE VIAJES

Definición del plan de empresa
Niveles de planificación
Objetivos del plan de empresa
Características de un plan de empresa
Tipos de planes de empresa: clasificación
Etapas en la planificación
Elementos del plan de empresa

TEMA 10. ELEMENTOS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Descripción del negocio
Organización y recursos humanos
Organización y departamentos
Estudio de mercado
Plan de Marketing
Plan de producción
Plan financiero

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

TEMA 11. COMPETENCIAS PROFESIONALES

¿Qué es una competencia?
La adquisición y desarrollo de las competencias profesionales
Competencias directivas

TEMA 12. COMPETENCIAS DE EFICACIA PERSONAL DEL DIRECTOR DE LA AGENCIA DE VIAJES

¿Qué son las competencias de eficacia personal?
Proactividad
Autogobierno
Gestión personal
Desarrollo personal

TEMA 13. COMPETENCIAS ESTRATÉGICAS

¿Qué son las competencias estratégicas?
Visión del negocio
Resolución de problemas
Gestión de recursos
Orientación al cliente
Red de relaciones efectivas
Negociación

TEMA 14. COMPETENCIAS INTRATÉGICAS DEL DIRECTOR DE AGENCIA DE VIAJES

¿Qué son las competencias intratéticas?
La comunicación
La organización
La Empatía
La delegación
El coaching
El trabajo en equipo

MÓDULO V. GESTIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

+ Información Gratis

TEMA 15. FUENTES DE INFORMACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Fuentes de información impresas

Fuentes de información mecanizadas

TEMA 16. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Conceptos básicos sobre la demanda

Análisis de la demanda turística

Pautas para investigar la demanda viajera

Segmentación de la demanda turística

TEMA 17. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

El entorno turístico

Consecuencias de la demanda turística

Demanda del mercado

Demanda: plan de acción

Proceso de segmentación de mercados

MÓDULO VI. GESTIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

TEMA 18. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

Introducción

Clasificación de la oferta turística

Componentes de la oferta turística

Oferta y demanda: competitividad

TEMA 19. LA INTERMEDIACIÓN EN LA RESERVA Y VENTA DE ALOJAMIENTOS

El mundo de la hostelería

Modalidades de alojamientos

Relaciones entre Agencias de Viajes y empresas de alojamiento

Fuentes informativas de la venta de alojamiento

Las reservas directas e indirectas

Las tarifas y sus condiciones de aplicación

Las cadenas hoteleras y las centrales de reserva

Algunos problemas en la relación con los hoteles

TEMA 20. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE POR CARRETERA

Introducción

Transporte regular por carretera

Transporte discrecional

Alquiler de automóviles

TEMA 21. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE AÉREO

Introducción

Principales organismos y convenios que regulan el tráfico aéreo

Tarifas aéreas

Relaciones entre compañías aéreas regulares y Agencias de Viajes

Documentos de tráfico aéreo

Transporte aéreo especial

TEMA 22. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DEL TRANSPORTE FERROVIARIO

Introducción

Oferta ferroviaria nacional

Oferta ferroviaria europea

Guías y horarios

Tarifas ferroviarias

Relaciones entre RENFE y las Agencias de Viajes

El billete de tren

TEMA 23. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE TRANSPORTE ACUÁTICO

Introducción

Servicios acuáticos de las Agencias de Viajes españolas

Guías y horarios

Tarifas marítimas nacionales

Comercialización y venta de los servicios acuáticos

Los billetes de pasaje de línea regular

TEMA 24. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

Introducción

Promoción de los paquetes turísticos a la oferta

Venta de viajes programados

Elaboración y programación de un paquete turístico

TEMA 25. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS

Seguro de viajes o turístico

Guías y animadores turísticos

TEMA 26. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE VIAJES PROFESIONALES

Introducción

Viajes individuales

Viajes colectivos. Mercado de asociaciones e instituciones

Viajes colectivos. Mercado de empresas

TEMA 27. LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA SOSTENIBLE

Turismo y sostenibilidad

Impacto del turismo

Comercialización del turismo sostenible

Creación de destinos sostenibles

MÓDULO VII. GESTIÓN DEL MARKETING

TEMA 28. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Definición

Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes

Proceso de marketing y marketing management

Mercadotecnia y actividad turística

Planeación estratégica de Agencias de Viajes

TEMA 29. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

El mercado turístico

Investigación de mercado

Política de mercado

El producto turístico

El consumidor turístico

Análisis de motivaciones

TEMA 30. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Función del marketing en la empresa

La dirección de marketing de Agencias de Viajes

Las funciones del director de marketing

Dirección y plan de marketing

El director de marketing como estrategia

Objetivos de la gerencia

TEMA 31. EL PLAN DE MARKETING

Definición y ventajas

Características del plan

Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes

Etapas para elaborar un plan de marketing

El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

TEMA 32. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Marketing del producto turístico
Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
Distribución del producto
Imagen y publicidad
Publicidad y marketing directo

TEMA 33. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Definición y conceptos básicos
Dirección de comunicación
Plan estratégico de comunicación
Marketing cibernético y publicidad
La comunicación de destinos turísticos

MÓDULO VIII. DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

TEMA 34. INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Introducción
Sistema de dirección estratégica
El puesto de dirección
Gestión de recursos humanos

TEMA 35. ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE UN PUESTO DE TRABAJO

Introducción
Análisis y descripción de puestos
Valoración de puestos y sistemas retributivos

TEMA 36. PROCESO DE SELECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Concepto y objetivos del proceso de selección
Descripción del proceso de selección
La entrevista de selección

TEMA 37. ACTITUDES HACIA EL TRABAJO Y MOTIVACIÓN LABORAL

Satisfacción laboral
Implicación laboral
Compromiso organizacional
Motivación laboral

TEMA 38. ABSENTISMO, ROTACIÓN Y RIESGOS PSICOSOCIALES EN EL CONTEXTO LABORAL

Introducción
Absentismo
Rotación
El acoso psicológico en el trabajo
El estrés laboral

MÓDULO IX. DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN UNA AGENCIA VIAJES

TEMA 39. LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

El concepto de calidad
La calidad total
Modelo de gestión de la calidad total aplicado a las Agencias de Viajes
Los requisitos de calidad

TEMA 40. DIRECCIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Las políticas de calidad
La planificación y los sistemas de calidad de la Agencia de Viajes
La gestión en los sistemas de calidad de la Agencia de Viajes

TEMA 41. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

La gestión de la calidad de las Agencias de Viajes
La gestión de la calidad por procesos

Herramientas para la gestión de la calidad

Diferencias entre la gestión tradicional y la gestión de calidad

TEMA 42. GESTIÓN DE LA MEJORA DE LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

La gestión de la mejora de la calidad

Principios de la gestión de mejora de la calidad

Dificultades en la implantación de la gestión de la mejora de la calidad en las Agencias de Viajes

La influencia de los costes de la calidad en la gestión de la mejora

La implantación de un Plan de mejora para la calidad

TEMA 43. ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Administración de la calidad en las Agencias de Viajes

Sistema de información de calidad

Los círculos de calidad

Control de la calidad

Calidad y gerencia de la Agencia de Viajes

MÓDULO X. GESTIÓN LABORAL, FISCAL Y CONTABLE DE LA AGENCIA DE VIAJES

TEMA 44. LA RELACIÓN LABORAL

Sujetos de la relación laboral

Las empresas de trabajo temporal

Tiempo de trabajo

TEMA 45. EL CONTRATO DE TRABAJO

Conceptualización

Período de prueba

Duración

Tipos de contrato

TEMA 46. GESTIÓN DE PERSONAL I. LAS NÓMINAS

Concepto de salario

Elementos del salario

Abono del salario

El salario mínimo interprofesional

Las pagas extraordinarias

El recibo del salario

Garantías del salario

TEMA 47. GESTIÓN DE PERSONAL II. LA SEGURIDAD SOCIAL

Altas y bajas

Cotización a la Seguridad Social

Regímenes de la Seguridad Social

La acción protectora de la Seguridad Social

Incapacidad temporal

Invalidez y sus diferentes grados

Desempleo

Maternidad y riesgo durante el embarazo

TEMA 48. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

Concepto

Partida doble (dualidad)

Valoración

Registro contable

Obtención de estados contables

El patrimonio

Balance de situación

El Plan General de Contabilidad

Principios contables

TEMA 49. EL EJERCICIO CONTABLE

Observaciones previas

Balance de situación inicial

Apertura de la contabilidad

Registro de las operaciones del ejercicio

Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio

Balance de comprobación de sumas y saldos

Cálculo del resultado

Cierre de la contabilidad

Cuentas anuales

Distribución del resultado

TEMA 50. GESTIÓN CONTABLE DE GASTOS E INGRESOS

Concepto de pagos y cobros

Concepto de gastos e ingresos

Clasificación

Registro contable de estas partidas y determinación del resultado contable

Registro y Valoración de los gastos

Valoración de los ingresos

TEMA 51. GESTIÓN CONTABLE DE INMOVILIZADO

El inmovilizado: concepto y clases

Inmovilizado material

Inmovilizado Intangible

Registro contable

Correcciones valorativas

TEMA 52. GESTIÓN CONTABLE DE OPERACIONES DE TRÁFICO

Introducción

Préstamos y partidas a cobrar: clientes y deudores

Pasivos financieros

Débitos por operaciones no comerciales

TEMA 53. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

El hecho imponible

Exención y no sujeción

Retención tributaria

Domicilio fiscal

Determinación Cuantitativa de la Deuda Tributaria

TEMA 54. EL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS (IRPF)

Ámbito personal del IRPF

Periodo impositivo

Hecho imponible

Rendimientos del trabajo

Rendimientos del capital inmobiliario

Rendimientos del capital mobiliario

Rendimientos de actividades económicas

Ganancias y pérdidas patrimoniales

Imputación de rentas inmobiliarias

Integración y compensación de rentas

Base liquidable

Mínimo personal y familiar

Cuota líquida estatal y autonómica

Gestión del impuesto

TEMA 55. EL IVA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Naturaleza del IVA

Hecho imponible

Régimen especial de las agencias de viaje

Ámbito de aplicación

Repercusión del impuesto

Exenciones

Lugar de realización del hecho imponible

La base imponible y su determinación

Deducciones

Propuesta de directiva del Consejo, de 8 de febrero de 2002, por la que se modifica la Directiva 77/388/CEE en lo relativo al régimen especial de las agencias de viajes

TEMA 56. EL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

Características e historia del impuesto sobre sociedades

Aspectos formales del impuesto sobre sociedades

Base imponible

Amortizaciones

Arrendamiento financiero: leasing

Deterioros de valor (Provisiones)

Gastos no deducibles

Operaciones vinculadas

Periodificación fiscal o imputación fiscal

Bases imponibles negativas de ejercicios anteriores

Periodo impositivo y devengo del impuesto

Tipo de gravamen y cuota íntegra

Incentivos fiscales para las PYMEs

Pagos a cuenta o pagos fraccionados

MÓDULO XI: SAVIA AMADEUS VISTA

TEMA 57. INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN

Bienvenido a Amadeus Selling Platform

Objetivos

Accediendo a Amadeus Selling Platform

TEMA 58. SISTEMA DE INFORMACIÓN DE AMADEUS (AIS) Y PÁGINAS DE AYUDA

Búsqueda de Información en AIS

Páginas de Ayuda

TEMA 59. AÉREO

Despliegue de disponibilidad y reserva de vuelo

Despliegue de programación, horarios y reserva de vuelo

TEMA 60. CREACIÓN DE PNR

Creación de PNR

Recuperar un PNR

TEMA 61. MODIFICACIÓN DE PNR

Introducción

Modificar un elemento

Modificación de vuelo clase y/o fecha

Cancelar un segmento / elemento

Cancelar itinerario

Cambiar de código de aviso a código de status

Dividir PNR (split PNR)

Solicitar un PNR reservado fuera del sistema Amadeus

Ver historia de un PNR

TEMA 62. COLAS

Conteo de Colas

Comenzar las Colas

Planificador de colas

Crear mensajes para encolar

TEMA 63. TARIFAS

Introducción

Cotizar un par de ciudades (FQD)

Cotización informativa (FQP)

Cotizar PNR (FXP)

Value Pricer (FXC)

TST- Tarifa Almacenada

TEMA 64. PÁGINA DE COMANDOS

Descripción

La Barra de Herramientas

Usando la pantalla

Otras Características

TEMA 65. Hoteles

Introducción

Realizar una reserva de hotel

Solicitar una pantalla de disponibilidad sobre un segmento del PNR

Comprimir información del hotel

TEMA 66. COCHES

Solicitud de disponibilidad y reserva de varias compañías de coches

Solicitud de disponibilidad y reserva de una sola compañía de coches

Ver las condiciones de una tarifa: suplementos, impuestos, coberturas...

Ver página de información (AIS) de una compañía específica

Reserva Directa

Condiciones de alquiler de coche

Listado de compañías de alquiler de coche

TEMA 67. SEGUROS

Introducción

Visualizar lista de proveedores

Ver una lista de productos de un proveedor

Reservar seguros de viaje

TEMA 68. PERFILES

Introducción a los perfiles de Amadeus

Crear un perfil de pasajero

Crear un perfil de compañía

Crear un perfil de agencia

Abrir un perfil de pasajero

Abrir un perfil de compañía

Abrir un perfil de agencia

Agregar información de un PNR a un perfil

Transferir información de un perfil a un PNR

TEMA 69. TRAVEL CHOICE

Introducción

Solicitar una pantalla de disponibilidad aérea con Travel Choice

Solicitar disponibilidad de Hoteles con Travel Choice

Solicitar disponibilidad de Coches con Travel Choice

¿Qué es un Perfil de Organización?

¿Qué es una pantalla de Reserva Fusionada?

TEMA 70. SMART KEYS

Descripción

Creación de Smart Keys

Eliminar teclas rápidas

Listados de Smart Keys

Editar y modificar las Smart Keys

Duplicar una Smart Key ya creada

Impresión de Smart Keys

Ejecución de las teclas rápidas

Mensajes de error

PARTE PRÁCTICA: SAVIA AMDEUS VISTA

TEMA 1. ELEMENTOS Y PROCESOS DE UNA RESERVA.

TEMA 2. NAVEGACIÓN POR MÓDULOS.

TEMA 3. BÚSQUEDA DE TARIFAS. CLASE DE RESERVA.

TEMA 4. RESERVA DE VUELOS. ELEMENTOS MÍNIMOS DE LA RESERVA.

TEMA 5. RECUPERACIÓN DE RESERVAS. MODIFICACIÓN. CANCELACIÓN.

TEMA 6. ELEMENTOS OPCIONALES DE LA RESERVA.

TEMA 7. OTRAS OPCIONES DE AMADEUS