

2010

OFERTA FORMATIVA



¿TIENES DUDAS? ¡Aquí te las resolvemos!

¿Formación gratuita? ¿Dónde está el truco?

Los recursos humanos quizás sean una de las patas más importantes de una empresa. Es por ello que es importante que estos estén lo más formados posible y si esto no cuesta dinero a la empresa mejor.

Para ello la Fundación tripartita ofrece la posibilidad de que las empresas no tengan que pagar por las formaciones de sus trabajadores.

¿Cómo?

La empresa puede dedicar los seguros sociales que paga por un trabajador a la financiación de la formación de sus trabajadores.

Nunca he hecho un curso con la fundación tripartita ¿requiere mucho trámite administrativo?

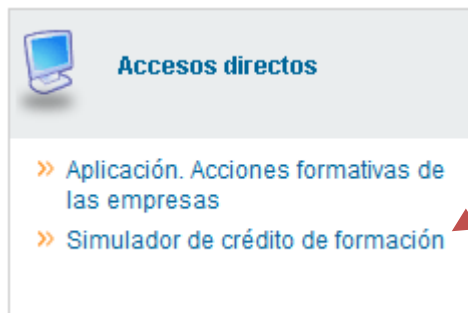
Nosotros nos encargamos de todo el proceso. La empresa únicamente deberá solicitar a la Fundación tripartita que le devuelva el dinero invertido en formación

¿Cómo averiguo cuantos créditos tengo?

Nosotros lo hacemos por ti, pero si quieres hacerlo tú mismo puedes dirigirte a

<http://www.fundaciontripartita.org/>

Pinchar en el enlace "Simulador de crédito de formación" (abajo a la derecha) y calcular tu mismo el crédito disponible



No vivo cerca de ninguna sede de Marketing Surfers ¿Qué puedo hacer?

Ofrecemos tanto formaciones presenciales como a distancia (Online y teleformación)

¿Tienes más dudas? ¡Ponte en contacto con nosotros!

E-mail: info@marketingsurfers.com

ÍNDICE DE CURSOS

PARA TODAS LAS EMPRESAS	
Introducción a la Analítica Web	Pág. 4
Como utilizar internet como medio de comunicación y venta	Pág. 5
Introducción al posicionamiento en buscadores	Pág. 6
Community Manager	Pág. 7
PARA HOTELES	
E-commerce & Revenue Management	Pág. 8
E-commerce & Revenue Management integrados en un plan de marketing online	Pág. 9
Aplicación sostenible del Revenue Management como destino	Pág. 10
Curso completo de E-commerce & Revenue Management y Marketing Online	Pág. 11
Gestión y comercialización de hoteles	Pág. 14
PARA RESTAURANTES	
Revenue management para restaurantes	Pág. 15
Menu Engineering para restaurantes	Pág. 16
Gestión y Comercialización de Restaurantes	Pág. 17
PARA AGENCIAS DE VIAJES	
Gestión y Comercialización de Agencias De Viajes	Pág. 18

PARA TODAS LAS EMPRESAS

CURSO DE INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

DESCRIPCIÓN

Los asistentes aprenderán a utilizar la herramienta de analítica web **Google Analytics**, explicando paso a paso cada una de sus capacidades y la realización de informes a medida para cada empresa con el fin de **obtener una mejora en los resultados de las acciones** de la empresa.

Este curso está enfocado a conocer los **principios básicos del uso de una de las herramientas de análisis web más usadas en el mercado** y es un curso totalmente exclusivo con un número reducido de asistentes (5 personas)

CONTENIDO

Configuración de la cuenta

- Configuración de cuentas y perfiles
- Añadir usuarios
- Definir objetivos y filtros

**Cada asistente deberá configurar su cuenta para poder trabajar en la segunda jornada*

Uso del Panel de Google Analytics

- Usuarios
- Fuentes de tráfico
- Contenido
- Objetivos
- Intelligence (Beta)
- Informes personalizados

Caso de Estudio

- Presentación de caso real
- Análisis conjunto de la situación del caso y propuestas de mejoras

Análisis de cada uno de los asistentes

- Ejemplos de posicionamiento real.

DURACIÓN

4 horas (dividido en dos jornadas): 2 horas teoría + 2 horas práctica de análisis conjunto

Máximo: 5 asistentes

DIRIGIDO A

Gerentes, directores de marketing y comunicación y responsables de la web.

COMO UTILIZAR INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN Y VENTA**DESCRIPCIÓN**

En momentos de crisis las empresas tienden a **recortar gastos** en materia de Marketing y Comercialización **reduciendo de esta manera su potencial de venta**.

Actualmente existen multitud de **herramientas en internet auto gestionables** y de **coste cero** que **todas las empresas** tienen a su disposición para conseguir:

- Tener **presencia** en internet
- **Mejorar** su **imagen y reputación**
- **Vender más** reduciendo posibles costes de intermediación
- **Interactuar** con sus clientes y averiguar lo que estos necesitan

Cualquier tipo de empresa ya sea un restaurante, un taller o cualquier otro modelo de negocio puede aprovechar el potencial de Internet para vender más a menor coste.

CONTENIDO

El alumno aprenderá a desarrollar y gestionar las diferentes herramientas de internet de manera profesional creando una sinergia entre ellas:

- Creación y gestión de Blogs
- Creación y gestión de Comunidades profesionales
- Creación y gestión de una estrategia integrada de Marketing Online integrando plataformas de comunicación con redes sociales y e-mail Marketing,

DURACIÓN

2 jornadas de 8 horas:

1ª Jornada: Explicación de cómo gestionar una estrategia integrada de Marketing Online

2ª Jornada: Desarrollo in situ de plataformas y perfiles en redes sociales dentro de una estrategia sinérgica.

DIRIGIDO A

Estudiantes y profesionales de cualquier sector que deseen mejorar su visibilidad en Internet y por lo tanto incrementar su negocio.

INTRODUCCIÓN AL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

DESCRIPCIÓN

El **posicionamiento natural en buscadores**, también conocido como **SEO**, es una de las principales estrategias del **marketing en Internet**. Cada día más empresas son conscientes de la importancia de estar bien **posicionados en buscadores** por lo que deciden realizar una inversión a medio/largo en base a unas **palabras clave** que utilizan sus clientes.

Este curso está enfocado a conocer los **principios básicos del posicionamiento en buscadores** y los **factores que influyen** en él para **mejorar la visibilidad y el posicionamiento** de tu web.

CONTENIDO

El Posicionamiento Natural - SEO

- Que es el posicionamiento natural
- Qué factores influyen en él
- Cómo elegir las palabras clave adecuadas para nuestro negocio
- Técnicas de posicionamiento:
- Técnicas on-page
- Técnicas off-page
- Técnicas penalizables (qué es lo que NO hay que hacer)

Enlaces Patrocinados - SEM

- ¿En qué consiste y cuál es la diferencia con el posicionamiento natural?
- ¿Cómo funciona?
- ¿Cómo empezar una campaña SEM para mi negocio?
- ¿Cómo medir si es rentable o no una campaña SEM?
- La red de Google

Las Redes Sociales como apoyo al posicionamiento

- ¿Qué son las redes sociales y qué es la web 2.0?
- ¿Qué redes sociales son más interesantes para mi negocio?
- ¿Cómo creo los perfiles en las redes sociales?
- ¿Cómo dinamizo mi perfil?

Ejemplos de posicionamiento

- Ejemplos de posicionamiento real.

DURACIÓN

4 horas

DIRIGIDO A

Estudiantes y profesionales de cualquier sector que deseen mejorar su visibilidad en Internet y por lo tanto incrementar su negocio.

COMMUNITY MANAGER**DESCRIPCIÓN**

La necesidad en las empresas de gestionar su presencia online y ser activo en las redes sociales, ha dado lugar a la creación de una nueva figura en la empresa: El Community Manager es el relaciones públicas en internet. Cada día más empresas son conscientes de la importancia de estar presentes y activos en las redes sociales, por lo que es importante contar con un profesional que conozca las redes y desarrolle una actividad que se complemente con la estrategia offline de cada empresa.

Este curso está enfocado a conocer los **principios básicos para ser un Eficaz Community Manager, y una sesión de conocimiento de las principales redes sociales.**

CONTENIDO

1.- Community Manager

Qué es un Community Manager

- Claves para la función de Community Manager dentro de la empresa
- Fundamentos de la importancia del Social Media
- Funciones del Community Manager
- Objetivos del Community Manager
- Las 7 C del Community Manager
- Herramientas a disposición del Community Manager
- Recomendaciones para la operativa del Community Manager
- Google y el Community Management

2.- Gestión de Redes Sociales y Blogs

- Las Redes Sociales como apoyo al posicionamiento
- ¿Qué son las redes sociales y qué es la web 2.0?
- ¿Qué redes sociales son más interesantes para mi negocio?
- Blogs:
 - ¿Qué importancia tienen en mi estrategia en Social Media?
 - ¿Cómo redacto mis artículos?
- La Reputación Online
- Estrategia Social Media en el Plan de Marketing Online

3.- Creación de plataformas

REDES SOCIALES

Facebook/ Youtube/Twitter/ Flickr

BLOG

4.- Analítica y medición de la estrategia

DURACIÓN

Total de la Formación completa 10 horas (Podrá realizarse en una sola jornada, o en 2 medias jornadas)

DIRIGIDO A

Estudiantes y profesionales de cualquier sector que deseen mejorar su visibilidad en Internet y por lo tanto incrementar su negocio a través de las redes sociales.

PARA HOTELES

E-COMMERCE & REVENUE MANAGEMENT

JUSTIFICACIÓN

Es habitual encontrar en el mercado o bien cursos de formación que hablan del E-Commerce o bien cursos que hablan de Revenue Management. Se trata de dos conceptos tan relacionados entre sí que no tiene sentido hablar del uno sin el otro.

DESCRIPCIÓN

En este curso el alumno aprenderá a aplicar el Revenue Management en su organización y a conocer la manera de comercializar su establecimiento online en base a esta técnica. Esta formación sigue una evolución gradual que cubre desde los conceptos más básicos del E-Commerce y Revenue management hasta la elaboración de herramientas propias para conseguir maximizar sus beneficios.

CONTENIDO:

1. TEORÍA Y APLICACIÓN DEL REVENUE MANAGEMENT
2. DIFERENCIA ENTRE YIELD MANAGEMENT Y REVENUE MANAGEMENT
4. FASES PARA IMPLANTAR UN SISTEMA DE REVENUE MANAGEMENT EN UNA ORGANIZACIÓN
5. RESPONSABILIDADES, APTITUDES Y ACTITUDES DEL REVENUE MANAGER
6. ANÁLISIS DE SOFTWARE DE APOYO AL REVENUE MANAGER
 - a) PMS
 - b) CRS
 - c) RMS
 - d) CHANNEL MANAGEMENT SYSTEMS
 - e) BI
 - f) CRM
 - g) SISTEMAS DE CONTROL DE PRECIOS
 - h) BENCHMARKING REPORTS
 - i) EXTRANETS
7. ANÁLISIS DE LOS DIFERENTES SISTEMAS DE CONTRATACIÓN
8. HERRAMIENTAS PROPIAS DEL REVENUE MANAGER
 - a) Análisis de competencia
 - b) Matriz de precios basada en Floating Bar
 - c) Cálculo de los índices del Revenue Management
 - d) Tabla de control de demanda
 - e) Análisis de temperatura (HOT-WARM-COLD)
 - f) Previsiones (Pick Up, Roh y Curva de Reservas)
 - g) Calendario de demanda
 - h) Control de no shows
 - i) Cotización Múltiple Nights en base a Last Room Availability
 - j) Análisis de grupos

DURACIÓN 10 horas**DIRIGIDO A** Profesionales del sector hotelero

E-COMMERCE Y REVENUE MANAGEMENT INTEGRADOS EN UN PLAN DE MARKETING ONLINE

JUSTIFICACIÓN:

En los últimos años cada vez se escucha hablar más de la importancia para el hotelero de tener una presencia activa en internet mediante una estrategia de Marketing Online.

Dicha estrategia es fundamental para comunicar aquello de lo que deseamos informar en primera persona así como para interactuar con nuestro público objetivo.

Es muy importante por ello transmitir una imagen consistente, adecuada y adaptada a nuestras necesidades y las de nuestro cliente.

Este curso surge de la necesidad de definir qué papel juegan el E-Commerce y el Revenue Management dentro de nuestro plan de Marketing Online con el fin de lograr dicha imagen de consistencia en la mente de nuestro público objetivo.

DESCRIPCIÓN:

En este curso el alumno aprenderá a ubicar E-Commerce y Revenue Management dentro de una estrategia de Marketing Online así como a desarrollar dicha estrategia.

CONTENIDO:

1. ¿QUE ES MARKETING ONLINE?
2. EVOLUCIÓN DEL MARKETING HOTELERO
 - a) PASADO
 - b) PRESENTE
 - c) FUTURO
3. PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN Y PLATAFORMAS DE COMERCIALIZACIÓN
 - a) WEB
 - b) BLOG CORPORATIVO
 - c) COMUNIDAD DE USUARIOS
 - d) REDES SOCIALES
 - e) E-MAIL MARKETING
4. ¿PORQUÉ UNA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE?
5. ¿QUÉ PAPEL JUEGA EL REVENUE MANAGEMENT EN UNA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE?
 - a) Revenue Management y E-Commerce
 - b) Revenue Management y Comunicación
6. DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA INTEGRADA DE MARKETING ONLINE

DURACIÓN

8 horas

DIRIGIDO A

Profesionales del sector hotelero que ya tengan ciertas nociones de Revenue Management, E-Commerce y Marketing Online y busquen integrarlos en una estrategia común

APLICACIÓN SOSTENIBLE DEL REVENUE MANAGEMENT COMO DESTINO

JUSTIFICACIÓN

Cada vez que el mundo se ve inmerso en una situación de crisis las economías de todos los modelos de negocio sufren. Sin lugar a dudas el ocio y el turismo son los sectores que más afectados se ven.

El Revenue Management es un arma de doble filo: Bien aplicado puede ayudar a afrontar estas situaciones pero mal aplicado puede incurrir en una guerra de precios no beneficiosa para nadie.

Este curso tiene como fin concienciar a los hoteleros de que en un mismo destino son competidores pero como destino son colaboradores y deben hacer lo posible para no devaluar la imagen y el valor de su destino.

DESCRIPCIÓN:

El alumno aprenderá los beneficios de la comunicación y colaboración con sus competidores así como a utilizar otras estrategias diferentes a la reducción de precios para ganar cuota de mercado frente a su competencia.

CONTENIDO:

1. COMPETIDORES Y COLABORADORES
2. TEORÍA Y APLICACIÓN DEL REVENUE MANAGEMENT
3. EL REVENUE MANAGER COMO NEXO DE UNIÓN EN LA ORGANIZACIÓN
4. EL PRECIO COMO HERRAMIENTA DE MARKETING
 - a) Efectos de un marketing inadecuado y una gestión de precios inadecuada
 - b) Relación entre reducción de precios y aumento de ocupación: un market share no deseado
 - c) Mantenimiento de estrategias basadas en reducción de precio
 - d) ¿Cuánto tardamos en volver a recuperar el nivel de precios previo a la crisis?
 - e) El coste de fidelizar
5. SOLUCIONES PARA LA APLICACIÓN DEL REVENUE MANAGEMENT EN TIEMPOS DE CRISIS

DURACIÓN

5 horas

DIRIGIDO A

Profesionales del sector hotelero que ya tengan ciertas nociones de Revenue Management, E-Commerce.

CURSO COMPLETO DE E-COMMERCE & REVENUE MANAGEMENT Y MARKETING ONLINE

JUSTIFICACIÓN

Este curso tiene como objetivo aportar cuatro puntos de vista al alumno:

GLOBAL

Es habitual encontrar en el mercado o bien cursos de formación que hablan del E-Commerce o bien cursos que hablan de Revenue Management. Se trata de dos conceptos tan relacionados entre sí que no tiene sentido hablar del uno sin el otro..

Por otro lado en los últimos años cada vez se escucha hablar más de la importancia para el hotelero de tener una presencia activa en internet mediante una estrategia de Marketing Online.

Es muy importante por ello transmitir una imagen consistente, adecuada y adaptada a nuestras necesidades y las de nuestro cliente.

Este curso surge de la necesidad de definir qué papel juegan el E-Commerce y el Revenue Management dentro de nuestro plan de Marketing Online con el fin de lograr dicha imagen de consistencia en la mente de nuestro público objetivo.

PRÁCTICO

A lo largo del curso el alumno aprenderá a trabajar tanto con herramientas de desarrollo propio como ajenas.

REALISTA

Cada vez que el mundo se ve inmerso en una situación de crisis las economías de todos los modelos de negocio sufren. Sin lugar a dudas el ocio y el turismo son los sectores que más afectados se ven.

El Revenue Management es un arma de doble filo: Bien aplicado puede ayudar a afrontar estas situaciones pero mal aplicado puede incurrir en una guerra de precios no beneficiosa para nadie.

Este curso tiene como objetivo enseñar al hotelero a utilizar otro tipo de variables distintas al precio en épocas de crisis con el fin de aportar valor a su producto y no devaluarlo.

CONTENIDO:

SESIÓN 1 (6 horas)

1. TEORÍA Y APLICACIÓN DEL REVENUE MANAGEMENT
2. DIFERENCIA ENTRE YIELD MANAGEMENT Y REVENUE MANAGEMENT
3. FASES PARA IMPLANTAR UN SISTEMA DE REVENUE MANAGEMENT EN UNA ORGANIZACIÓN
4. RESPONSABILIDADES, APTITUDES Y ACTITUDES DEL REVENUE MANAGER
5. ANÁLISIS DE SOFTWARE DE APOYO AL REVENUE MANAGER
 - j) PMS
 - k) CRS
 - l) RMS
 - m) CHANNEL MANAGEMENT SYSTEMS
 - n) BI
 - o) CRM
 - p) SISTEMAS DE CONTROL DE PRECIOS
 - q) BENCHMARKING REPORTS

r) EXTRANETS

6. ANÁLISIS DE LOS DIFERENTES SISTEMAS DE CONTRATACIÓN

SESIÓN 2 (6 horas)

1. HERRAMIENTAS PROPIAS DEL REVENUE MANAGER

- k) Análisis de competencia
- l) Matriz de precios basada en Floating Bar
- m) Cálculo de los índices del Revenue Management
- n) Tabla de control de demanda
- o) Análisis de temperatura (HOT-WARM-COLD)
- p) Previsiones (Pick Up, Roh y Curva de Reservas)
- q) Calendario de demanda
- r) Control de no shows
- s) Cotización Múltiple Nights en base a Last Room Availability
- t) Análisis de grupos

2. ¿QUE ES MARKETING ONLINE?

3. EVOLUCIÓN DEL MARKETING HOTELERO

- d) PASADO
- e) PRESENTE
- f) FUTURO

SESIÓN 3 (6 horas)

1. PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN Y PLATAFORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

- f) WEB
- g) BLOG CORPORATIVO
- h) COMUNIDAD DE USUARIOS
- i) REDES SOCIALES
- j) E-MAIL MARKETING

2. ¿PORQUÉ UNA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE?

3. ¿QUÉ PAPEL JUEGA EL REVENUE MANAGEMENT EN UNA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE?

- c) Revenue Management y E-Commerce
- d) Revenue Management y Comunicación

4. DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA INTEGRADA DE MARKETING ONLINE

SESIÓN 4 (6 horas)

1. COMPETIDORES Y COLABORADORES
2. EL REVENUE MANAGER COMO NEXO DE UNIÓN EN LA ORGANIZACIÓN
3. EL PRECIO COMO HERRAMIENTA DE MARKETING
 - f) Efectos de un marketing inadecuado y una gestión de precios inadecuada
 - g) Relación entre reducción de precios y aumento de ocupación: un market share no deseado
 - h) Mantenimiento de estrategias basadas en reducción de precio
 - i) ¿Cuánto tardamos en volver a recuperar el nivel de precios previo a la crisis?
 - j) El coste de fidelizar
4. SOLUCIONES PARA LA APLICACIÓN DEL REVENUE MANAGEMENT EN TIEMPOS DE CRISIS

GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HOTELES

JUSTIFICACIÓN

Con el paso del tiempo la venta de los servicios en un hotel ha pasado a convertirse en estudios y planes de marketing para lograr dicho objetivo.

Es importante que todos los departamentos del hotel estén bien coordinados y que exista la comunicación interna y externa, sumando a ello una óptima estrategia de acciones comerciales aseguran el éxito de un establecimiento hotelero.

Siendo muy importante la formación de todo el personal de un hotel, en este curso se estudia de forma global y con un planteamiento general añadido de cómo gestionar y comercializar un establecimiento hotelero de forma óptima, dando especial interés a las capacidades personales y profesionalidad del personal y directivos.

DESCRIPCIÓN:

Este curso de Gestión y comercialización de hoteles aporta conocimientos generales sobre la estructura global organizativa de un hotel y su funcionamiento, puntualizando en la forma de comercializar y acercarnos al mercado hoy.

CONTENIDO:

- 1-Concepto Establecimientos hoteleros.
- 2-Tipos de alojamientos hoteleros y alternativos, categorías y especialización.
- 3-Introducción a la estructura organizativa de un hotel y organigrama de los diferentes departamentos.
- 4-La importancia del área de restauración y F&B.
- 5-Técnicas de marketing y acciones de comercialización de un establecimiento hotelero.
- 6-La importancia de incluir e-commerce en su negocio.
- 7-Ejemplos de ideas creativas de comercialización de hoteles.

DURACIÓN

5horas

DIRIGIDO A

Empresas, emprendedores o profesionales con gran interés en desarrollarse profesionalmente en el sector o que ya estén trabajando en él.

No se requieren conocimientos previos sobre hotelería.

PARA RESTAURANTES

REVENUE MANAGEMENT PARA RESTAURANTES

JUSTIFICACIÓN

Mantenerse en el mercado, siendo competitivos, es la misión para gestionar exitosamente un restaurante, para ello hay que conocer nuevas técnicas y herramientas para maximizar los beneficios que se desean obtener.

DESCRIPCIÓN:

El alumno después de realizar este curso, conocerá el Restaurant Revenue Management y será capaz de estudiar la ocupación, la duración y los ingresos para luego maximizar la rentabilidad de la estadía del cliente en su establecimiento.

CONTENIDO:

- Introducción al Restaurant Revenue Management
 - ¿Qué es Restaurant Revenue Management?
 - Implementando el Restaurant Revenue Management
 - RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour/ Ingresos por asiento y hora disponible)
- Analizando la Duración
 - Analizar la duración para identificar el origen de los problemas de tiempo de estadía
 - Calculando RevPASH
 - RevPASH en la gestión
 - Analizar la duración para identificar el origen de los problemas de tiempo de estadía
- Analizando la Ocupación
 - La demanda
 - La llegada del cliente
 - Calculando índices de ocupación
 - Entendiendo las Causas
 - Cuellos de botella
 - El servicio
 - Diagramas

DURACIÓN 5 horas.

DIRIGIDO A Profesionales relacionados con la gestión de la restauración.

MENU ENGINEERING PARA RESTAURANTES

JUSTIFICACIÓN

El objetivo de este curso es ayudar a todos aquellos involucrados en la gestión de un restaurante a maximizar sus beneficios entendiendo el menú, como principal herramienta de marketing.

DESCRIPCIÓN:

Una vez finalizado el curso, el participante entenderá las razones por las que el menú es la principal herramienta de venta, conociendo su uso estratégico a la hora de aumentar las ventas.

CONTENIDO:

- Las tendencias gastronómicas que triunfan en los mejores restaurantes del mundo
- Estandarización, escandallos y fichas técnicas en la cocina.
- Fijación de precios.
- Análisis de rendimiento de los platos en el menú.
- Índices de popularidad
- Índices de Rentabilidad.
- Con los datos se toman decisiones para aumentar la rentabilidad del menú y eliminar los platos que no son rentables ni populares.
- El Neuromarketing: Aprender las estrategias más eficaces de venta en los menús

DURACIÓN 5 horas

DIRIGIDO A Profesionales relacionados con la gestión de la restauración.

GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE RESTAURANTES

JUSTIFICACIÓN

La hostelería se ha ido desarrollando hasta convertirse hoy en una carrera profesional destacable, gracias a los amantes de la gastronomía, tanto siendo clientes como profesionales, ya que han colaborado para que el mundo de la restauración sea una profesión de prestigio.

Con este curso aportamos al alumno conocimientos de gestión, técnicos y comerciales para iniciarse en esta profesión o reciclarse en su desarrollo profesional.

DESCRIPCIÓN:

Es un curso donde se adquieren conocimientos globales de gestión, planificación, técnicas y comercialización para desarrollar un negocio de hostelería, bien de nueva apertura o ya existente, y los diferentes caminos a tomar para que la implantación y control del negocio sea rentable.

CONTENIDO:

- 1-Concepto y evolución de la hostelería.
- 2-Definición, diferenciación y especialización en la restauración.
- 3-Objetivo, planificación de la gestión, organigrama y operativa.
- 4-Técnicas y control de costes para una óptima rentabilidad del negocio.
- 5-Acciones de marketing e implantación en el mercado.
- 6-La importancia de la creatividad en la restauración. Los cinco sentidos.

DURACIÓN

5 horas

DIRIGIDO A

Emprendedores, empresas y profesionales, que motivados por su proyecto de empresa, por la empresa en la que trabaje o por un nuevo negocio, les interese adquirir conocimientos generales o reciclarse para gestionar y comercializar un restaurante u otro establecimiento de hostelería.

PARA AGENCIAS DE VIAJES

GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES

JUSTIFICACIÓN

Las agencias de viajes como muchos otros negocios del sector del turismo están sufriendo cambios e innovaciones continuamente. Para abrir una agencia de viajes, consolidar la ya creada o para trabajar en este sector les ofrecemos este curso, donde podrán adquirir o ampliar aspectos técnicos y conocimiento sobre ello, con un know how completo y general para tener éxito y destacar en el área de intermediación turística.

DESCRIPCIÓN:

El curso ayuda a la toma de decisión de iniciarse en este negocio o de enfocarlo o trabajarlo con profesional e independencia, ofrece conocimientos y estudio de los diferentes tipos de agencias de viajes, de los pasos a seguir para una apertura de agencia o nuevo enfoque si la van a gestionar de forma independiente, y de la importancia de la especialización para estar presente y poderse consolidar en el mercado turístico actual, incidiendo en la manera de comercializar este negocio.

CONTENIDO:

- 1-Concepto, historia y evolución de las agencias de viajes.
- 2-Tipología de agencias de viajes.
- 3-Apertura y gestión de agencia de viajes.
- 4-Ventajas e inconvenientes de pertenecer a una franquicia.
- 5-Planificación del producto turístico. Importancia de la especialización en agencia de viajes.
- 6-Contratación con los proveedores y rentabilidad del negocio.
- 7-Publicidad de servicios turísticos. Internet y las agencias de viajes.
- 8-Técnicas de marketing y planificación comercial en la agencias de viajes. Atención al cliente y venta de servicios turísticos.

DURACIÓN

5 horas

DIRIGIDO A

Agencia de viajes, profesional o emprendedor que proyecta abrir una agencia de viajes, replantearse una nueva línea de negocio o desarrollarse profesionalmente en el sector de la intermediación turística.

Notas:

Los cursos son complementarios entre si y se adaptarán a las necesidades del cliente.

En cada curso se pondrá a disposición de los alumnos un manual de apoyo, una presentación y una serie de herramientas en Excel (Estas últimas solamente para los cursos de Revenue Managment).

Se cotizará un precio especial para grupos

En caso de que los asistentes al curso deseen una posterior propuesta de consultoría esta será cotizada con un 20% de descuento sobre las tarifas oficiales de Marketing Surfers

Contratación de cursos en info@marketingsurfers.com