



Curso ON-LINE

INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

Titulación expedida por la Universidad Antonio de Nebrija
en colaboración con AGRUPACIÓN VÉRTICE¹

OBJETIVOS



- Interpretar **mensajes orales de complejidad media** en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal, emitidos en el ámbito de la actividad turística.
- Interpretar los **aspectos generales de mensajes y documentos** de cierta complejidad escritos en inglés, recibidos o utilizados en el ámbito de la actividad turística, extrayendo la información relevante.
- Colaborar durante los **procesos de ventas y reservas de viajes** combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos, utilizando los soportes manuales o informáticos de uso habitual en el sector.
- Colaborar en la **definición de ofertas de eventos** que contemplen distintos segmentos de mercado y sus necesidades específicas, teniendo en cuenta ventajas competitivas e identificando las vías de comercialización más adecuadas.
- Colaborar en la **planificación, presupuesto y organización de un evento**, identificando las actividades y tareas que se derivan para la entidad gestora.
- Colaborar en la **gestión y control presupuestarios** en el marco de las agencias de viajes, empresas de gestión de eventos y otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, identificar costes y colaborar en la elaboración de presupuestos económicos.
- Observar la **aplicación de técnicas de integración y dirección de personal** utilizadas en agencias de viajes, empresas de gestión de eventos y unidades de información y distribución turísticas.
- Colaborar en la **realización de controles de calidad** de determinados servicios y productos de hostelería y turismo y colaborar en la evaluación de los resultados obtenidos.
- **Comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés** estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas situaciones, formales e informales, propias de los servicios turísticos.

- Participar en los **procesos de trabajo de la empresa**, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

ÍNDICE

UD1. Gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos

- 1.1 Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
- 1.2 Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
- 1.3 Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
- 1.4 Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
- 1.5 Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
- 1.6 Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

UD2. Prestación de información turística en inglés

- 2.1 Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística.
- 2.2 Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes.
- 2.3 Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio.
- 2.4 Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre.
- 2.5 Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan.
- 2.6 Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados.
- 2.7 Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico.

UD3. Atención al cliente de servicios turísticos en inglés

- 3.1 Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes.
- 3.2 Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales.
- 3.3 Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita.
- 3.4 Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
- 3.5 Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
- 3.6 Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas.