

Professione Sogni

www.professionesogni.it

Master Agente di Viaggi

Prezzo € 196

La durata del corso è fissata in 4 mesi, entro cui bisogna sostenere i tre esami dei corsi del Master.

E' comunque possibile ripetere l'esame, se l'esito è negativo.

Superando gli esami, si riceve direttamente a casa il Master di Agente di Viaggi, oltre al diploma di Gestione fiscale in agenzie di viaggi e il diploma in Hotel & Tourism Marketing.

Il master permette di acquistare 3 corsi (Agente di viaggi, Gestione fiscale in agenzie di viaggi, Hotel & Tourism Marketing) in un'unica soluzione.

Per conoscere il programma dei corsi del master, vedi le relative pagine qua nel catalogo o direttamente sul sito www.professionesogni.it

Più di 400 pagine di studio in tre manuali pdf + 15 ore di audio guida mp3 per te, per sempre, realizzati per far assimilare le materie con facilità e precisione. Tutto aggiornato alle più recenti leggi sul turismo e manovre fiscali.

Più di 400 domande di verifica online e esercizi di simulazione, case study di gestione fiscale e marketing per avere la certezza di capire e assimilare ogni singolo aspetto di ogni materia.

Corso Agente di Viaggi Programma del corso

Cosa è e come si compone il fenomeno del turismo. Differenze di turisti e turismi. Le imprese turistiche, le DMO, le statistiche sul turismo italiano e mondiale.

Le imprese di viaggi, le agenzie intermediarie e organizzatrici (tour operator), anche online.

I diritti e le responsabilità di legge verso il cliente.

La L.206/05.

Il contratto di viaggio, i contratti con i fornitori, le fee d'agenzia, le spese di gestione pratica.

Studio dei costi: dai fissi ai variabili, dai comuni agli specifici. Metodologie di pricing: full costing e direct costing, il break even point.

I documenti di viaggio e la regolamentazione del movimento di persone, animali e merce per scopo turistico.

Legge sulla privacy.

La tecnica dei trasporti aerei. Le istituzioni italiane e internazionali che governano il trasporto aereo.

L'aeroporto, l'imbarco.

Tecnica tariffaria IATA e sigle IATA.

La legislazione e diritti dei viaggiatori in caso di disservizio). Utilizzo del sistema di prenotazioni aeree

Sabre per la ricerca voli e emissione biglietteria.

Tecnica dei trasporti ferroviari. Tipologie di treni, sigle, metodi di calcolo tariffario.

La legislazione e diritti dei viaggiatori in caso di disservizio (Carta dei diritti Trenitalia).

Tecnica dei trasporti navali. Tipologie di vettori navali, linguaggio tecnico.

Legislazione italiana e internazionale sull'imbarco e sulla permanenza a bordo. Codice della navigazione marina.

Tecnica dei trasporti su strada. Tipologie di bus. Tipologie di rent car.

Aprire un'agenzia di viaggi passo passo. Caratteri e adempimenti legali: la ditta e il marchio Il mercato. La strumentazione di lavoro d'agenzia.

Tecnica alberghiera. Distinzione delle imprese ricettive e l'agriturismo. Classificazione alberghiera. Contratti di gestione alberghiera e associazionismo.

Diritti e doveri tra hotel e ospiti. Il contratto alberghiero. La caparra. I prezzi. L'autorizzazione d'esercizio e regole sanitarie, legge sul fumo.

Legislazione italiana sul turismo: dalle origini alla riforma del 2011. Le professioni del turismo. Il turismo culturale.

La geografia turistica. Il mondo, meridiani, paralleli, stagioni, clima e sanità.

Tour mondiale delle località turistiche vendute nel mercato viaggi.



Corso gestione fiscale in agenzie di viaggi Programma del corso

La struttura del sistema tributario italiano e i principi su cui si fonda.

Cosa è l'IVA, modalità di funzionamento e principio di imponibilità. IVA esente e IVA esclusa. Applicazioni dell'IVA e sua imponibilità sui servizi turistici nazionali e internazionali: viaggi, pacchetti turistici, hotel, trasporti aerei e navali.

L'ex articolo 74ter applicato all'IVA sul turismo.

Strumenti di registrazione fiscale, la partita IVA, la cassa, lo scontrino e la ricevuta fiscale.

Cosa è la fattura: utilizzo e composizione. Differenze tra fattura tradizionale e fattura 74ter turismo.

La fatturazione, emissione, ricevimento e registrazione delle fatture. Registri fatture tradizionali e 74ter.

Modifiche alle fatture: note di credito e di debito.

La ritenuta d'acconto e il sostituto d'imposta.

Volume d'affari, versamento periodico e liquidazione IVA. Metodi speciali per le imprese turistiche.

I bolli: valore e utilizzo nei documenti fiscali del turismo.

Fondamenti delle imposte dirette: IRAP, IRE, IRES

Elementi sull'imposta sulla pubblicità.



Corso Hotel & Tourism Marketing Programma del corso

Capire la moderna industria del turismo, chi è il turista, cosa significa turismo e viaggio.

Cosa è il marketing per l'impresa e orientamenti d'impresa. Il prodotto e la catena di valore. Il mercato, la domanda e l'offerta.

Realizzare la pianificazione strategica d'impresa, studio della missione, politica aziendale e della marca. Analisi ambientale interna ed esterna, i concorrenti, gli obiettivi e le opportunità di crescita, misurare il mercato e selezionare i target di riferimento. Indici di analisi di mercato. La segmentazione del mercato e ricerche di mercato.

Metodi di classificazione dei consumatori, i bisogni, le motivazioni e la scala di Maslow. Classificazione dei beni.

Il cliente e il procedimento psicologico dell'acquisto: forze interne e forze esterne.

Approfondimento sulla marca: ideazione, creazione, gestione della marca d'impresa e differenza tra marche di prodotti.

Dal piano strategico al piano operativo. Cosa è il marketing mix.

Definizione di prodotto, determinazione dei livelli di prodotto e del sistema di linee di prodotti. Analisi e gestione del ciclo di vita del prodotto tradizionale e del prodotto turistico.

Definizione del prezzo, creazione del prezzo per valore-prodotto, determinare la strategia del prezzo durante il PLC, gestire il prezzo e fruttare le strategie competitive.

Approfondimento sul prezzo: classificazione dei costi. Cosa è il costo diretto, indiretto, specifico, comune, primo, figurato, economico-tecnico.

Metodi di pricing: il cost oriented pricing, il full costing, il direct costing, il break even point, il cost-plus pricing, il target return pricing. Equazione dell'elasticità della domanda di mercato. Il markup.

Gestire la promozione del prodotto, scelta dei canali di distribuzione nel mercato tradizionale e nel turismo.

La soddisfazione del cliente e la gestione della clientela. Il ciclo di vita del cliente, la customer care e customer satisfaction.

Applicazione delle teorie di marketing all'industria ricettiva e del tour operating.

Metodologie di programmazione project-oriented: diagramma di Gantt, CPA analysis.

