

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CS3328-N

Nombre: GESTIÓN DE COMPAÑÍAS AÉREAS

Duración: 375 horas

Modalidad: Teleformación

Objetivos:

Conocer la historia de la aviación Aprender como el transporte aéreo es parte de un sistema intermodal Identificar sobre la clasificación y regulación del transporte aéreo o Conocer el significado del Marketing y del Marketing Mix Identificar los principios del Marketing en relación a la gestión de aerolíneas Aprender cómo se encuentra dividido el mercado aéreo. Reconocer la utilidad del análisis del entorno PEST y el análisis DAFO Identificar los distintos factores que rodean a las compañías aéreas Conocer el modelo de Porter sobre las cinco fuerzas Identificar las distintas estrategias que realizan las compañías aéreas así como sus errores más comunes Analizar el producto y servicio que engloba el marketing aéreo. Identificar la política de precios que llevan las distintas compañías aéreas Conocer como se distribuye un producto a través de distintos canales y sistemas Analizar el concepto de marca y la identidad corporativa reconociendo como se posiciona ésta en la industria aérea Aprender cómo se desarrolla el marketing relacional Identificar los distintos programas de viajeros así como la fidelización de clientes Examinar las diferentes ventas y campañas de publicidad de las compañías aéreas Conocer la evolución del entorno, la empresa y su gestión. Reconocer el control de gestión, su sistema y funciones. Reconocer la definición de presupuesto, presupuestar y planificar. Diferenciar las etapas del ciclo presupuestario. Conocer el análisis de desviaciones y mediante ratios. Conocer la organización en los centros de responsabilidad, centros de costes operativos y centro de gastos discrecionales. Diferenciar entre los criterios de evaluación, su controlabilidad y congruencia. Distinguir entre la auditoría interna y de gestión. Saber qué es un cuadro de mando integral y cuáles son sus funciones. Construir un cuadro de mando integrando diferentes perspectivas. o Conocer la diferencia entre "security" y "safety" tener argumentos para poder afirmar que el transporte aéreo es el más seguro Identificar los diferentes agentes de seguridad aérea a nivel nacional e internacional Diferenciar la normativa sobre seguridad aérea Ser capaz de actuar correctamente ante un acto de interferencia ilícita Conocer las diferentes funciones del Programa Universal de Auditorías de Seguridad Conocer la normativa aeronáutica de seguridad operacional en proyectos y obras aeroportuarias Ser capaz de realizar un Estudio de Seguridad Operacional Diferenciar a los responsables de la seguridad operacional en las obras/proyectos aeroportuarios Poder enumerar el contenido mínimo para la elaboración del Plan de Vigilancia de Seguridad Operacional Saber identificar los principales factores fundamentales para las aeronaves. Identificar la normativa y conceptos clave relacionados con las aerolíneas. Conocer quién es el responsable en cada caso de error. Dominar los diferentes tipos de contratos existentes en este ámbito. Conocer cuándo hay que realizar un plan de vuelo y qué elementos ha de contener. Asegurar la eficiencia de la empresa aeroportuaria a través de los sistemas de calidad mejorando sus procedimientos y cumpliendo con los requisitos necesarios para satisfacer las necesidades del cliente. Conocer las herramientas para planificar, controlar y vigilar el producto o servicio que proporciona una empresa. Conocer los impactos ambientales más significativos del sector y plantear buenas prácticas de gestión ambiental para reducir el impacto ambiental. Conocer el proceso de integración de los

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CS3328-N

Nombre: GESTIÓN DE COMPAÑÍAS AÉREAS

Duración: 375 horas

Modalidad: Teleformación

diferentes sistemas de gestión. Analizar la estructura de un sistema integrado de gestión.

Contenidos:

Introducción a Aerolíneas y Aeropuertos

UD1. Historia de la aviación

UD2. El transporte aéreo

UD3. El sistema aeroportuario

Marketing y Comercial en Compañías Aéreas y Aeropuertos. UD1. Fundamentos del marketing y caracterización del mercado aéreo. UD2. Análisis del entorno en el negocio aéreo. UD3. Estrategias de marketing para el negocio aéreo. UD4. Negocio aéreo, producto, precio y canales. UD5. Negocio aéreo, branding, marketing relacional y ventas.

Gestión económica y control de gestión en compañías aéreas. UD1. Control de gestión UD2. Presupuestos UD3. Centro de responsabilidad UD4. Cuadro de mando integral

Seguridad física y operacional en compañías aéreas. Operaciones y Mantenimiento en Compañías Aéreas UD1. Conceptos y normativa. Aeronave y personal aeronáutico UD2. Operaciones en aerolíneas UD3. El plan de vuelo UD4. Mantenimiento aerolíneas

Calidad y Medio ambiente en aeropuertos UD1. Los sistemas de calidad. UD2. Gestión de la calidad aeroportuaria. UD3. Sistemas de gestión ambiental en una organización aeroportuaria. UD4.

Integración de los sistemas de gestión