Marketing turistico

Área: HOSTELERIA Y TURISMO
Modalidad: Teleformación
Duración: 60 h
Precio: 18.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

0174

OBJETIVOS

- Adquirir una visión profunda y actual de las herramientas del marketing aplicadas al turismo.

####

- Conocer la actividad empresarial turística, profundizando en la gestión, dirección y marketing de las empresas turísticas, obteniendo, a la vez, una visión global del complejo entramado turístico.

####

- Aprender a desarrollar todas las técnicas y herramientas de gestión que dentro de las áreas clave de las empresas turísticas permitan la adaptación y optimización de sus recursos.

####

- Adquirir los conocimientos y técnicas esenciales para desarrollar una gestión de empresa eficaz y responsable, aplicados a la dinámica empresarial propia del sector.

####

- Adquirir la capacidad necesaria para concebir, planificar, organizar y dirigir una empresa de servicios turísticos en cualquiera de sus variedades: hostelería, comunicación y transportes, agencias de viajes, centros de ocio, oficinas de turismo, etc.

CONTENIDOS

####

1. **Tema 1. El marketing turístico.**

####

####

1.1. El marketing de servicios

####

1.2. El marketing turístico

####

1.3. Funciones del marketing

####

1.3.1. Funciones y variables del marketing

####

1.3.2. El marketing mix en los servicios

####

1.4. La metodología del marketing. Modelos turísticos

####

1.4.1. Concepto y tipos de modelos

####

1.4.2. Modelos turísticos

####

1.5. El plan de marketing

####

2. Tema 2. El mercado turístico: la demanda turística.

####

2.1. El mercado turístico

####

2.1.1. Concepto y características del mercado turístico

####

2.1.2. La oferta y la demanda turística

####

2.2. La demanda turística

####

2.2.1. Características de los consumidores

####

2.2.2. Condicionantes en el consumo de servicios

####

2.2.3. Motivaciones en el consumo de servicios

####

2.2.4. Medición de la demanda

####

2.2.5. La demanda empresarial de servicios turísticos

####

2.3. La segmentación de mercados turísticos

####

2.4. La decisión de compra. Pautas de consumo

####

3. Tema 3. El mercado turístico: la oferta turística.

####

3.1. La oferta turística y el producto turístico

####

3.1.1. Características de la oferta y de los productos turísticos

####

3.1.2. Elementos que definen un producto turístico

####

3.2. Los establecimientos turísticos

####

3.2.1. Características de los establecimientos turísticos

####

3.2.2. Tipos de establecimientos turísticos

####

3.2.3. La oferta complementaria

####

3.2.4. Los servicios turísticos: especial referencia a los hoteles y restaurantes

####

3.3. El precio de los productos turísticos

####

3.3.1. Factores a tener en cuenta en la fijación de precios de los productos turísticos

####

3.3.2. Criterios para la fijación de precios

####

3.3.3. Especial referencia a la fijación de precios en los hoteles y restaurantes

####

4. Tema 4. Promoción y comunicación turística.

####

4.1. La comunicación en el sector turístico

####

4.1.1. Descripción del proceso comunicativo en la empresa turística

####

4.1.2. La importancia de la imagen en la empresa turística

####

4.2. La publicidad

####

4.2.1. Elementos del proceso publicitario

####

4.2.2. El anuncio publicitario

####

4.3. Medios publicitarios

####

4.4. Promoción de ventas, venta personal y relaciones públicas el mix de la comunicación

####

4.4.1. La promoción de ventas y la venta personal en el sector turístico

####

4.4.2. La importancia de las relaciones públicas en la empresa turística

####

4.4.3. Determinación de la estrategia de comunicación turística

####

4.5. Internet como medio de comunicación y publicidad

####

5. Tema 5. Comercialización y distribución turística.

####

5.1. La distribución turística

####

5.1.1. La distribución en el sector turístico

####

5.1.2. Condicionantes de la distribución turística

####

5.2. Agentes de la distribución turística

####

5.2.1. Agencias de viajes y touroperadores

####

5.2.2. Centrales de reservas

####

5.2.3. Brokers y wholsalers

####

5.2.4. Asociaciones y agrupaciones turísticas

####

5.2.5. Franquicias y time sharing

####

5.2.6. Otros canales de comercialización hotelera

####

5.3. El comercio electrónico en las empresas turísticas

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.