Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales

Área: HOSTELERIA Y TURISMO
Modalidad: Teleformación
Duración: 90 h
Precio: 45.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF0084

CONTENIDOS

1. Marketing turístico

####

1.1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.

####

1.2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo

####

1.2.1. Definición de marketing operacional y caracterización de las variables en que se basa: producto/servicio, precio, comercialización, distribución y comunicación.

####

1.2.2. Peculiaridades de dichas variables en el diseño y comercialización de productos turísticos locales.

####

1.3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial

####

1.3.1. Definición de marketing vivencial y caracterización del cuarto componente: la experiencia del viaje, la vivencia y la relación con el destino.

####

1.4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.

####

1.5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final.

####

1.6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.

####

1.7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.

####

1.8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

####

2. Proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales

####

2.1. Estrategias y canales de distribución.

####

2.2. Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.

####

2.3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.

####

2.4. Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.

####

2.5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto.

####

3. El sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo

####

3.1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.

####

3.2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

####

4. Utilización de las tecnologías de la información para la promoción del destino y para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local

####

4.1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.

####

4.2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.

####

4.3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.

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.