

Promoción y comercialización del alojamiento rural



Área: HOSTELERIA Y TURISMO

Modalidad: Teleformación

Duración: 70 h

Precio: 35.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

CONTENIDOS

1. Gestión comercial.

####

1.1. Criterios básicos para una buena gestión comercial.

####

1.1.1. Analizar el mercado de forma regular.

####

1.1.2. Impedir cualquier rigidez en la política comercial de la empresa.

####

1.1.3. Rapidez de respuesta a las señales del mercado.

####

1.1.4. Elaboración de encuestas entre los clientes en las que se recoja: la caracterización del cliente, los puntos fuertes del servicio y las posibles mejoras.

####

1.2. Gestión de políticas comerciales.

####

1.2.1. Política de precios adaptados a la calidad.

####

1.2.2. Política de producto o servicio que permita definir un producto de calidad.

####

1.2.3. Política de distribución del producto para fidelizar al cliente y a través de él llegar a nuevos clientes.

####

1.2.4. Política de comunicación: Organizar promociones, jornadas gastronómicas, concursos deportivos, etc. aprovechando fiestas populares o festejos culturales y religiosos de interés.

####

2. Comercialización del servicio de alojamiento rural.

####

2.1. La oferta turística como servicio.

####

2.1.1. Definición.

####

2.1.2. Características que diferencian a un servicio de un producto:

####

2.1.3. Características del cliente del servicio.

####

2.1.4. Diseño y valoración del servicio de forma que el cliente perciba recibir un servicio mayor que el precio que paga.

####

2.2. El Plan de Mercadotecnia. (Marketing)

####

2.2.1. Características.

####

2.2.2. Ventajas.

####

2.2.3. Etapas.

####

2.3. La mercadotecnia mixta o conjunta (Marketing mix)

####

2.3.1. Definición de la Mercadotecnia conjunta.

####

2.3.2. Efectos que produce la aplicación conjunta de las políticas de mercadotecnia.

####

2.3.3. Valorar la importancia de cada una de las políticas que intervienen en la mercadotecnia conjunta.

####

2.4. Comunicación y divulgación de la oferta del servicio

####

2.4.1. Publicidad.

####

2.4.1.1. Concepto.

####

2.4.1.2. Características.

####

2.4.1.3. Costo económico.

####

2.4.1.4. Medios publicitarios.

####

2.4.1.5. Soportes publicitarios.

####

2.4.1.6. Tipos de publicidad

####

2.4.2. Promoción de ventas.

####

2.4.2.1. Concepto.

####

2.4.2.2. Objetivos.

####

2.4.2.3. Técnicas.

####

2.4.3. Relaciones públicas.

####

2.4.4. Otros medios de divulgación.

####

3. Aplicaciones informáticas en la promoción y comercialización del alojamiento rural.

####

3.1. Medios de información y difusión

####

3.1.1. Internet.

####

3.1.2. Correo electrónico.

####

3.2. Contenidos de las páginas Web del alojamiento rural.

####

3.2.1. Servicios.

####

3.2.2. Precios.

####

3.2.3. Capacidad.

####

3.2.4. Periodo de apertura

####

3.2.5. Canales informatizados de reservas

####

3.2.6. Oferta de actividades complementarias del alojamiento.

####

3.2.7. Características del entorno.

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 **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.