PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

SKU: EVOL-5121-VNO-A | **Categorías:** HOSTELERÍA, RESTAURACIÓN Y TURISMO, Turismo y Agencias de Viajes

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas 100

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales

Objetivos

- Poner en práctica y evaluar distintas estrategias de comercialización de productos servicios y destinos turísticos locales acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno.
- Analizar las aplicaciones del marketing de servicios y su importancia para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local.

Contenidos

UD1. 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.

1.3. Marketing vivencial sensorial o experiencial.

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.

UD2. 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.

UD3. 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.

UD4. 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.

Tal vez te interese este curso: Procesos de Gestión de Calidad en Hostelería y Turismo

O quizá este otro: Inglés profesional para turismo

Síguenos en: Instagram