

# EXPERTO EN MARKETING TURÍSTICO

Curso bonificado por Fundación Tripartita y Seguridad Social. No supone ningún coste para empresa ni trabajador  
Duración: 60 horas | Modalidad: online

## Programa:

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
3. - Clasificación de la demanda
4. - Demanda turística internacional y nacional
5. Pautas para investigar la demanda viajera
6. - Fuentes y técnicas de recogida de información
7. - Factores que determinan la evolución de la demanda turística
8. - Parámetros básicos de la investigación
9. Segmentación de la demanda turística

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
4. - Proceso de marketing
5. - Marketing management
6. Mercadotecnia y actividad turística
7. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
3. - Investigación turística
4. - Segmentación del mercado
5. Política de mercado
6. El producto turístico

7. El consumidor turístico
8. Análisis de motivaciones
9. - Técnicas de motivación
10. - Investigación motivacional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES**

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
3. - Las funciones del director de marketing
4. - Dirección y plan de marketing
5. El director de marketing como estrategia
6. Objetivos de la gerencia

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING**

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. - La misión y la cultura de la empresa
4. - La elaboración del plan
5. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
6. Etapas para elaborar un plan de marketing
7. - Análisis de la situación
8. - Diagnóstico de la situación
9. - Definición de los objetivos
10. - Estrategias
11. - Planes de acción y presupuestos
12. - Control del plan
13. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES**

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
3. - Competencia comercial
4. - Precios y condiciones comerciales
5. Distribución del producto
6. Imagen y publicidad
7. - Imagen de la Agencia de Viajes
8. - Publicidad de la Agencia de Viajes
9. Publicidad y marketing directo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS**

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
5. - E-Comunicación
6. - E-mail marketing
7. La comunicación de destinos turísticos



Si quieres información o inscribirte,  
pincha aquí y déjanos tus datos  
para que nos pongamos en contacto

[www.cubicformacion.com](http://www.cubicformacion.com)