

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

