

A dark purple semi-circle is positioned at the top left of the main content area.

Guía Didáctica

Marketing y comercialización de
productos turísticos

Objetivos

□ **Objetivo General**

- Hacer entender la importancia del nuevo concepto del Marketing en el sector turístico.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer ideas, conceptos y elementos esenciales del Marketing, acotando su espacio dentro de la actividad turística.
- Profundizar en el análisis y desarrollo de las estrategias propias del área funcional del marketing de las organizaciones turísticas.

Contenidos

70 Horas	Marketing y comercialización de productos turísticos
35 Horas	Módulo 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING TURÍSTICO
9 horas	Unidad 1: Introducción al marketing. Conceptos generales. <ul style="list-style-type: none"> • El concepto del Marketing. • Evolución de la definición de Marketing. • Elementos del Marketing. • La función del Marketing en las Economías de Mercado. • La Gestión del Marketing en las Organizaciones.
9 horas	Unidad 2: Introducción al Marketing de Servicios. <ul style="list-style-type: none"> • Mark. De Servicio/Marketing Turístico • El entorno del marketing turístico.
9 horas	Unidad 3: Elementos del marketing turístico. <ul style="list-style-type: none"> • La Oferta Turística. • La Demanda Turística. • La Competencia y el Consumidor Turístico.
8 horas	Unidad 4: Información, Investigación y Dirección en Marketing. <ul style="list-style-type: none"> • La Información en las Organizaciones Turísticas. • La Dirección del Marketing Turístico. • El Plan de Marketing Turístico.
35 Horas	Módulo 2: ANÁLISIS Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS
9 horas	Unidad 1: Las Estrategias de Segmentación y Posicionamiento en el Mercado Turístico. <ul style="list-style-type: none"> • La Segmentación de los Mercados Turísticos. Concepto, Ventajas, Enfoques y Requisitos. • Criterios de Segmentación de Mercado. • El Proceso de Segmentación en los Mercados. • El Posicionamiento en los Mercados Turísticos.
9 horas	Unidad 2: Estrategias del Marketing Mix (I): Producto y Precio Turístico <ul style="list-style-type: none"> • El Producto Turístico: Concepto, Funciones, Componentes y Propiedades. • La Marca en los Productos Turísticos. • Gama de Productos, Roles de Productos y Nuevos Productos Turísticos. • El Precio Turístico.

9 horas	<p>Unidad 3: Estrategias del Marketing Mix (II): Distribución y Comunicación Turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Distribución. Concepto. • La Franquicia y el Tiempo Compartido • Nuevas Tecnologías de la Distribución en la Empresa Turística: Los sistemas de Distribución Global (GDS) • La Comunicación Turística • Instrumentos de Comunicación Turística
10 horas	<p>Unidad 4: La Fuerza de Ventas y la Calidad del Servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Fuerza de Ventas como Variable de Marketing • La Calidad del Servicio en el Sector Turístico
70 Horas	2 módulos 8 unidades didácticas