

Modalidad: curso e-Learning Duración: 15 horas

Categorías: Hostelería y turismo

OBJETIVOS

Evaluar los resultados de las acciones comerciales bajo criterios de eficiencia y eficacia. Identificar las características generales de la empresa, sus recursos, sus puntos fuertes y débiles, así como las oportunidades y amenazas del entorno para llegar al diagnóstico.

CONTENIDOS

1. Manejo de los conceptos básicos de la economía de mercado. 2. Determinación de los procedimientos para el estudio de mercados: análisis de las fuentes de información, métodos de investigación y su aplicación en la HOSTELERÍA Y TURISMO. 3. Verificación de la evolución de los hábitos y procedimientos de transacción comercial. 4. Análisis y argumentación de la evolución del concepto de marketing desde sus inicios. Marketing de servicios. 5. Diferenciación de las variables o factores básicos propios del mercado y del marketing turístico. 6. Plan de Marketing.

