

Categorías: Hostelería y turismo

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

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de HOSTELERÍA Y TURISMO. 2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de HOSTELERÍA Y TURISMO. 3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial. 4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo. 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. 6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales. 7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución. 8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

