Marketing turistico

Marketing turistico

Duración: 80 horas

Precio: euros

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un acceso a una plataforma de teleformación de última generación con un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Prequisitos previos:

No hay requisitos previos ni profesionales ni formativos

Salidas profesionales:

Esta formación está encaminada a obtener una mejor cualificación y competencia profesional.

© ICA FORMACION 2025

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

Titulación:

Al finalizar el curso obtendrás un certificado de realización y aprovechamiento del curso según el siguiente modelo:

© ICA FORMACION 2025

DIPLOMA CERTIFICADO

La Directora del Centro ICA Certifica

D./Dña. [redacted]

con D.N.I. [redacted]

que presta sus servicios en la empresa:

[redacted]

Realizó con aprovechamiento el curso de:

Formación Continuada del Fisioterapeuta en Patologías Traumatológicas y su Tratamiento

Código AF/ Grupo 3440/1, de 60 horas de duración, realizado desde el día 15/12/2021 al día 30/12/2021, en el que se impartió el programa que se especifica al dorso.

Representante de la entidad
Directora

El interesado

Vigo, a 30 de Diciembre de 2021

FONDO SOCIAL EUROPEO

Programa del curso:

1. Tema 1. El marketing turístico.
1.1. El marketing de servicios
1.2. El marketing turístico
1.3. Funciones del marketing
1.3.1. Funciones y variables del marketing
1.3.2. El marketing mix en los servicios
1.4. La metodología del marketing. Modelos turísticos
1.4.1. Concepto y tipos de modelos
1.4.2. Modelos turísticos
1.5. El plan de marketing
2. Tema 2. El mercado turístico: la demanda turística.
2.1. El mercado turístico
2.1.1. Concepto y características del mercado turístico
2.1.2. La oferta y la demanda turística
2.2. La demanda turística
2.2.1. Características de los consumidores
2.2.2. Condicionantes en el consumo de servicios
2.2.3. Motivaciones en el consumo de servicios
2.2.4. Medición de la demanda
2.2.5. La demanda empresarial de servicios turísticos
2.3. La segmentación de mercados turísticos

© ICA FORMACION 2025

2.4. La decisión de compra. Pautas de consumo
3. Tema 3. El mercado turístico: la oferta turística.
3.1. La oferta turística y el producto turístico
3.1.1. Características de la oferta y de los productos turísticos
3.1.2. Elementos que definen un producto turístico
3.2. Los establecimientos turísticos
3.2.1. Características de los establecimientos turísticos
3.2.2. Tipos de establecimientos turísticos
3.2.3. La oferta complementaria
3.2.4. Los servicios turísticos: especial referencia a los hoteles y restaurantes
3.3. El precio de los productos turísticos
3.3.1. Factores a tener en cuenta en la fijación de precios de los productos turísticos
3.3.2. Criterios para la fijación de precios
3.3.3. Especial referencia a la fijación de precios en los hoteles y restaurantes
4. Tema 4. Promoción y comunicación turística.
4.1. La comunicación en el sector turístico
4.1.1. Descripción del proceso comunicativo en la empresa turística
4.1.2. La importancia de la imagen en la empresa turística
4.2. La publicidad
4.2.1. Elementos del proceso publicitario
4.2.2. El anuncio publicitario
4.3. Medios publicitarios
4.4. Promoción de ventas, venta personal y relaciones públicas el mix de la comunicación
4.4.1. La promoción de ventas y la venta personal en el sector turístico
4.4.2. La importancia de las relaciones públicas en la empresa turística
4.4.3. Determinación de la estrategia de comunicación turística
4.5. Internet como medio de comunicación y publicidad
5. Tema 5. Comercialización y distribución turística.
5.1. La distribución turística
5.1.1. La distribución en el sector turístico
5.1.2. Condicionantes de la distribución turística
5.2. Agentes de la distribución turística
5.2.1. Agencias de viajes y touroperadores
5.2.2. Centrales de reservas
5.2.3. Brokers y wholsalers
5.2.4. Asociaciones y agrupaciones turísticas
5.2.5. Franquicias y time sharing
5.2.6. Otros canales de comercialización hotelera
5.3. El comercio electrónico en las empresas turísticas

© ICA FORMACION 2025