

Comercialización de productos turísticos

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Hostelería y turismo

OBJETIVOS

Adquirir los fundamentos necesarios sobre los diferentes servicios y destinos turísticos, aplicando las técnicas de marketing necesarias para su comercialización. Adquirir los conocimientos fundamentales sobre el concepto de turismo y su evolución en el tiempo. Adquirir el conocimiento de los destinos turísticos y nuevas formas de turismo sostenible para la gestión de servicios.

CONTENIDOS

UD1 Conceptualización del turismo

- 1.1 Definición de turismo y turista en el ámbito de la venta de servicios.
- 1.2 El turismo como fenómeno y potencial mercado.
- 1.3 Breve historia del turismo y comercialización.
- 1.4 Gestión de los servicios turísticos de cara su organización y venta al cliente.
- 1.5 El servicio turístico de calidad.

UD2 Destinos turísticos

- 2.1 Definición de destino turístico.
- 2.2 Tipos de turismo y su público objetivo.
- 2.3 El marketing y los destinos turísticos.
- 2.4 Clasificación de destinos turísticos.
- 2.5 Casos prácticos relacionados con la información y venta del servicio al cliente.

UD3 Servicios turísticos.

- 3.1 Servicios turísticos ofertados
- 3.2 Conocimiento acerca de los tipos y características de empresas turísticas.
- 3.3 Casos prácticos relacionados con empresas del sector.

UD4 Gestión de alojamientos turísticos.

- 4.1 Definición de la gestión de alojamientos turísticos.
- 4.2 Características de la gestión de los alojamientos y medidas a tener en cuenta.
- 4.3 Normativa y clasificación de alojamientos.

UD5 Ecoturismo o turismo sostenible.

- 5.1 Definición de turismo sostenible.
- 5.2 Conceptos básicos del ecoturismo
- 5.3 Origen y porqué del ecoturismo.

5.4 Repercusión internacional.

5.5 Actividad turística relacionada con el ecoturismo y público objetivo.

5.6 Educación en ecoturismo.

5.7 Casos prácticos de organización y venta de servicios turísticos relacionados con el ecoturismo