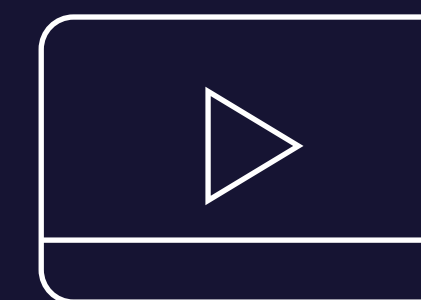


Curso de Especialización

Marketing Turístico

80 Horas Académicas



. Contenido

01

Objetivo

02

Plan de Estudio

03

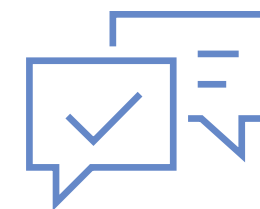
Metodología de Enseñanza

. Objetivo

- Comprender el proceso de marketing y conocer los distintos tipos de gestión.
- Identificar las oportunidades y diseño de una estrategia de marketing.
- Conocer sobre la distribución, comunicación y ventas del producto turístico.
- Conocer el desarrollo del mix de marketing para turismo.
- Conocer la diferencia de planificación entre el marketing y en marketing relacional.

01

Atención Personalizada



Nuestro Centro de Atención y equipo de expertos en e-learning asesorarán y atenderán tus consultas, para el buen desarrollo del proceso académico.



Duración: 80 hrs. académicas

. Plan de Estudio

. Unidad I

Turismo y marketing. Comprensión del Proceso de Marketing.

1. Turismo y marketing. Comprensión del proceso de marketing.
 - 1.1. Definición.
 - 1.2. El "Marketing Mix".
 - 1.3. Marketing y turismo.
 - 1.4. Tipos de gestión de marketing.
 - 1.5. Marketing y gestión de servicios turísticos.

. Unidad II

Identificación de Oportunidades y Diseño de una Estrategia de Marketing.

1. El entorno de marketing.
2. Gestión de la información del marketing.
3. La investigación comercial.
4. Fuentes de información.
5. Factores turísticos específicos en el desarrollo del marketing mix.

. Unidad III

Desarrollo del Mix de Marketing para Turismo Producto Precio.

1. Introducción.
2. Definición del producto turístico.
 - 2.1. El poder de la marca turística.
 - 2.2. Desarrollo de productos y turismo.
 - 2.3. Ciclo de vida del producto turístico.
 - 2.4. Evaluación comparativa (benchmarking).
3. El precio de los servicios turísticos.
 - 3.1. Factores para fijar los precios.
 - 3.2. Enfoques para la fijación de precios.
 - 3.3. Estrategias de precios.
 - 3.4. Sensibilidad de precios.
 - 3.5. Sistemas de Revenue Management.
 - 3.6. Estrategias de precios en el sector turístico.
 - 3.7. Gestión de descuentos.
4. Posicionamiento de producto.

. Plan de Estudio

. Unidad IV

Distribución, Comunicación y Ventas del Producto Turístico.

1. Introducción.
2. El sector turístico y la distribución.
 - 2.1. Tipos de canales de distribución.
 - 2.2. Sistemas de distribución global (GDS).
 - 2.3. Distribución desde las agencias de viaje.
 - 2.4. Touroperadores (mayoristas).
 - 2.5. Internet.
3. Comunicación y ventas.
 - 3.1. Desarrollando una comunicación eficaz.
 - 3.2. Canales de comunicación.
 - 3.3. Publicidad para el producto turístico.
 - 3.4. Presupuesto de ventas.

. Unidad V

Planificación de Marketing y Marketing Relacional.

1. Táctica y estrategia.
 - 1.1. Importancia de la planificación.
 - 1.2. Plan de marketing turístico.
2. Marketing relacional para el turismo.
 - 2.1. Relaciones con los clientes



. Metodología de Enseñanza

. Virtual o E-learning

Brinda la libertad de estudiar de acuerdo a su disponibilidad horaria, rompiendo barreras de tiempo y distancia, monitoreados por un tutor virtual.

. Aula Virtual

Entorno que facilita la interacción entre los participantes y el especialista, permitiendo la enseñanza-aprendizaje, comunicación, interacción y evaluación del alumno.

El estudiante tiene la capacidad de decidir el itinerario formativo más acorde con sus intereses y podrá acceder al contenido de la plataforma virtual las 24 horas:

03

www.cadperu.com

- **Video:** Medio audiovisual que contempla el desarrollo panorámico del tema, con ejemplos que ayuden a entender lo sustancial de cada unidad.
- **Guía de Estudio:** Material que permite al participante fundamentar los contenidos de cada unidad, desarrollar las capacidades, habilidades y destrezas que propone el programa, y solucionar las actividades propuestas.
- **Recursos Complementarios:** Lecturas seleccionadas y/o material audiovisual, a fin de profundizar la comprensión y/o análisis del tema, facilitando la apropiación del contenido y los referentes bibliográficos que complementan la capacitación y enriquecen el conocimiento.
- **Foro:** Entorno de conversación que permite el intercambio de conocimientos y opiniones con la comunidad de estudiantes, desarrollando el pensamiento crítico por medio del diálogo argumentativo y pragmático.
- **Evaluación:** Test que desarrolla el participante al finalizar el curso, permitiéndole evaluar su proceso de aprendizaje.





22 años

Comprometidos con el
Desarrollo Profesional

www.cadperu.com