

Productos y servicios turísticos locales



Área: Promoción turística local e información al visitante

Modalidad: Teleformación

Duración: 140 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales.

CONTENIDOS

DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES - 1 el sector turístico - 1.1 origen y evolución histórica del fenómeno turístico - 1.2 la organización del sector - 1.3 oferta y demanda turística - 1.4 la estructura de comercialización en el sector - 1.5 proceso de creación - 1.6 actividades: el sector turístico - 2 ordenación territorial y planificación estratégica - 2.1 los planes de ordenación territorial y su incidencia - 2.2 fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución. - 2.3 análisis y aplicación de técnicas de identificación - 2.4 la investigación de mercados como instrumento de planificación - 2.5 análisis y aplicación de técnicas de planificación - 2.6 proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación - 2.7 actividades: ordenación territorial y planificación estratégica - 3 creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales - 3.1 análisis comparativo y caracterización - 3.2 definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales - 3.3 proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos - 3.4 fases del ciclo de vida de un producto turístico local - 3.5 gestión de iniciativas turísticas - 3.6 actividades: creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales - 4 desarrollo turístico sostenible - 4.1 introducción al desarrollo sostenible - 4.2 el desarrollo sostenible para planificadores locales - 4.3 la importancia del ambiente para el desarrollo turístico - 4.4 surgimiento y desarrollo de la interpretación - 4.5 la gestión ambiental en turismo - 4.6 plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad - 4.7 actividades: desarrollo turístico sostenible - 4.8 cuestionario: cuestionario módulo 2 unidad 1 - PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES - 1 marketing turístico - 1.1 justificación de la necesidad del marketing - 1.2 marketing operacional y marketing mix - 1.3 marketing vivencial, sensorial o experiencial - 1.4 el proceso de segmentación de mercados - 1.5 instrumentos de comunicación según tipo de producto - 1.6 planificación, control de acciones de comunicación - 1.7 plan de marketing. viabilidad y plan de ejecución - 1.8 normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas - 1.9 actividades: marketing turístico - 2 proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales - 2.1 estrategias y canales de distribución - 2.2 instrumentos de comunicación para la canalización - 2.3 estimación de los costes - 2.4 instrumentos y variables - 2.5 actividades: proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales - 3 el sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo - 3.1 el sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo - 3.2 actividades: el sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo - 4 utilización de las tecnologías de la información - 4.1 webs y portales turísticos - 4.2 alojamiento y posicionamiento de las páginas en la red - 4.3 marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico - 4.4 actividades: utilización de las tecnologías de la información - 4.5 cuestionario: cuestionario módulo 2 unidad 2 - 4.6 cuestionario: cuestionario módulo 2 -

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso**. De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.