

POSTGRADO

POSTGRADO EXPERTO EN MARKETING TURÍSTICO

esneca
BUSINESS SCHOOL

PG052

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -



DESTINATARIOS

A través de este conjunto de materiales didácticos el alumnado podrá obtener una visión de los principales conceptos del marketing en general y la aplicación de cada uno de ellos en la actividad turística, para realizar un plan de marketing en el ámbito del turismo.

El alumno estudiará el análisis de la demanda turística, el mercado turístico, la oferta turística, el marketing en las agencias de viajes, la dirección de marketing en las agencias de viajes, el plan de marketing, la publicidad en las agencias de viajes y el marketing y las nuevas tecnologías. Además, el alumno tendrá ejercicios de autoevaluación que le permitirán valorar los conocimientos adquiridos.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
300H



MODALIDAD
A DISTANCIA / ONLINE
*Ambas modalidades incluyen
módulos con clases en directo



CURSO INICIAL
ONLINE



TUTORIAS
PERSONALIZADAS



IDIOMA
CASTELLANO



DURACIÓN
HASTA UN AÑO
*Prorrogable



IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 1520€
VALOR ACTUAL: 380€


CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**POSTGRADO EXPERTO EN MARKETING TURÍSTICO**”, de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

REDES SOCIALES

 www.facebook.com/esnecaschool

 linkedin.com/school/esneca-business-school

 [@esneca.business.school](https://www.instagram.com/esneca.business.school)

 www.esneca.com

 www.twitter.com/ESNECA

 www.esneca.com/blog

CONTENIDO FORMATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
 - Clasificación de la demanda
 - Demanda turística internacional y nacional
3. Pautas para investigar la demanda viajera
 - Fuentes y técnicas de recogida de información
 - Factores que determinan la evolución de la demanda turística
 - Parámetros básicos de la investigación
4. Segmentación de la demanda turística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
 - Proceso de marketing
 - Marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
 - Investigación turística
 - Segmentación del mercado
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones
 - Técnicas de motivación
 - Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
 - Las funciones del director de marketing
 - Dirección y plan de marketing
3. El director de marketing como estrategia
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
 - La misión y la cultura de la empresa
 - La elaboración del plan
3. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
 - Análisis de la situación
 - Diagnóstico de la situación
 - Definición de los objetivos
 - Estrategias
 - Planes de acción y presupuestos
 - Control del plan
5. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
 - Competencia comercial
 - Precios y condiciones comerciales
3. Distribución del producto
4. Imagen y publicidad
 - Imagen de la Agencia de Viajes
 - Publicidad de la Agencia de Viajes
5. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
 - E-Comunicación
 - E-mail marketing
5. La comunicación de destinos turísticos