



Internet como canal de distribución turística

Sku: CT0949

Horas: 13

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Las agencias de viajes virtuales. 1.1. Evolución y características de la distribución turística en Internet. 1.2. El dominio de la demanda. 1.3. Estructura y funcionamiento. 1.4. La venta en el último minuto. 2. Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B. B2C. B2A). 3. Utilidades de los sistemas online. 3.1. Navegadores: Uso de los principales navegadores. 3.2. Correo electrónico. Mensajería instantánea. 3.3. Teletrabajo. 3.4. Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line. 4. Modelos de distribución turística a través de Internet. 4.1. Ventajas. 4.2. Tipos. 4.3. Eficiencia y eficacia. 5. Servidores online. 6. Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line.