



El servicio de información turística

Sku: CT0955

Horas: 48

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Objetivos generales del servicio de información turística. 2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino. 2.1. Información previa del viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero. 2.2. Atención e información durante la estancia. 2.3. Visitas guiadas. Tipología. 2.4. Call centers. 2.5. Centrales de reserva: comercialización del destino y su oferta. 2.6. Puntos de autoinformación. 2.7. Productos y servicios turísticos de destino: información y venta. 2.8. Venta de ediciones turísticas y objetos de recuerdo. 2.9. Fidelización de clientes y servicios postventa. 2.10. Elaboración de estadísticas. 2.11. Elaboración de estadísticas. 2.12. Sondeo y prospección de las nuevas demandas y hábitos viajeros. 3. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea. 4. Tipos de Servicios o Centros de Información Turística. 5. Comunicaciones internas de un Centro de información turística. 6. Distribución externa de la información de un Centro de información turística. 6.1. Publicaciones turísticas. 6.2. Internet. 6.3. Puntos de auto-información. 6.4. Medios de comunicación. 6.5. Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información. 7. Promoción de los servicios propios de un Centro de información turística. 8. Técnicas de difusión y marketing electrónico. 9. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico. 10. Redes de centros y servicios de información turística.