



Proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales

Sku: CT0963

Horas: 15

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Estrategias y canales de distribución. 2. Ámbitos geográficos. públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios. 3. Instrumentos de comunicación para la canalización de acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos. 4. Estimación de los costes. alcance y posibles resultados de las acciones definidas. 5. Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas. en función del público objetivo receptor y del coste previsto.