



Comercialización del servicio de alojamiento rural

Sku: CT1555

Horas: 40

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. La oferta turística como servicio. 1.1. Definición. 1.2. Características que diferencian a un servicio de un producto. 1.3. Características del cliente del servicio. 1.4. Diseño y valoración del servicio de forma que el cliente perciba recibir un servicio mayor que el precio que paga.

2. El Plan de Mercadotecnia (Marketing). 2.1. Características. 2.2. Ventajas. 2.3. Etapas.

3. La mercadotecnia mixta o conjunta (Marketing mix). 3.1. Definición de la Mercadotecnia conjunta. 3.2. Efectos que produce la aplicación conjunta de las políticas de mercadotecnia. 3.3. Valorar la importancia de cada una de las políticas que intervienen en la mercadotecnia conjunta.

4. Comunicación y divulgación de la oferta de servicio. 4.1. Publicidad. 4.2. Promoción de ventas. 4.3. Relaciones públicas. 4.4. Otros medios de divulgación.