

<b>Curso:</b>	<b>Marketing Turístico Estratégico.</b> 16 Hrs.
<b>Fecha:</b>	10 y 11 de Julio 2010. (*)
<b>Horario:</b>	8:00 – 12 m. / 1:00 - 5:00 pm.
<b>Lugar:</b>	Hotel Alba Caracas
<b>Incluye:</b>	Material de Apoyo, Refrigerios y Certificado de Asistencia.
<b>Número de participantes:</b>	15 participantes.
<b>Inversión:</b>	<b>Sistema de Pre venta:</b> Hasta 26/06/2010 Bs. 785,00 Hasta 03/07/2010 Bs. 845,00 <b>IVA INCLUIDO</b>
<b>Reservación:</b>	<a href="http://www.turismoypromocionesvq.com/formulario/envio3.htm">http://www.turismoypromocionesvq.com/formulario/envio3.htm</a>
<b>Contáctanos:</b>	Cel. 0416-8213092 Telfax: 0212-6398735 <a href="mailto:promocionesvq@gmail.com">promocionesvq@gmail.com</a> <a href="mailto:ventas@turismoypromocionesvq.com">ventas@turismoypromocionesvq.com</a> (*) FECHAS SUJETAS A CAMBIOS. LA REALIZACIÓN DE LOS CURSOS QUEDA SUJETA A LA CONFORMACIÓN DE UN GRUPO MÍNIMO DE PARTICIPANTES. POR TAL MOTIVO, LA EMPRESA SE RESERVA EL DERECHO DE CANCELARLOS HASTA 24 HORAS ANTES DE SU REALIZACIÓN.

#### **Objetivo general:**

Incrementar los conocimientos sobre el proceso de marketing, aplicable en empresas hoteleras y/o turísticas; además de mejorar el pensamiento creativo-estratégico para su utilización en la detección de nuevas oportunidades de negocios.

#### **Dirigido a:**

Encargados de PyMES de hotelería y turismo, coordinadores de mercadeo, estudiantes o profesionales del área que quieran adquirir o incrementar sus conocimientos sobre el Marketing estratégico que atienda las particularidades propias del sector turístico.

#### **Unidad 1:** Marketing Turístico

- 1.1 Conceptos Básicos.
- 1.2 Producto – Servicio dentro del Turismo.
- 1.3 Marketing Mix Vs Blended Marketing.

#### **Unidad 2: Marketing Estratégico Internacional.**

- 2.1 Planes operaciones de Marketing "Estudio de casos"

#### **Unidad 3: Introducción al proceso de Planeación de Marketing.**

- 3.1 Ambiente no controlable del destino turístico.
- 3.2 Destino turístico y su entorno.
- 3.3 Modelo de Administración de un destino turístico.
- 3.4 Marketing turístico "fragmentado".
- 3.5 Sistema integral de Marketing turístico.

#### **Unidad 4: Planeación Estratégica de marketing.**

- 4.1 Planeación Estratégica de marketing.
- 4.2 Cinco fases para una planeación de Marketing.

#### **Unidad 5: Proceso de compra de un producto turístico.**

- 5.1 Proceso de decisión de compra de un producto turístico.
- 5.2 Factores que influyen en la sustitución de un destino turístico.

#### **Unidad 6: Canales de distribución de productos turísticos.**

- 6.1 Distribución en un contexto de servicios.
- 6.2 Funciones y necesidades de los canales de distribución.

#### **Unidad 7: Calidad del Producto turístico.**

- 7.1 Las 10 dimensiones en la calidad de los servicios.
- 7.2 Proceso para normar la calidad.
- 7.3 El valor PLUS de un producto turístico.

#### **Unidad 8: Promoción turística.**

- 8.1 Mezcla promocional.
- 8.2 Funciones y objetivos de la mezcla promocional.
- 8.3 Ejemplos de campañas publicitarias de un destino turístico.
- 8.4 Técnicas de promoción de ventas "turísticas" y sus objetivos.
- 8.5 Relaciones públicas.
- 8.6 Ventas profesionales.