

## UF0084 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES (ONLINE)



**250,00 € - 350,00 €**

La presente formación se ajusta al itinerario formativo de la Unidad Formativa UF0084 Promoción y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Locales y va dirigido a la acreditación de las Competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal, vía por la que va a optar a la obtención del correspondiente Certificado de Profesionalidad. El estudio de esta unidad formativa permitirá al alumnado poner en práctica y evaluar distintas estrategias de comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno, así como analizar las aplicaciones del marketing de servicios y su importancia para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local.

**Categorías:** [Hostelería y Turismo](#) |

## INFORMACIÓN

<b>Duración</b>	90 h
<b>Modalidad</b>	Online
<b>Docencia</b>	TUTOR PERSONAL
<b>Prácticas</b>	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
<b>Método de pago</b>	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
<b>Centro de empleo</b>	AGENCIA DE COLOCACIÓN
<b>Formación acreditada</b>	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO

Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.

Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo

Marketing vivencial, sensorial o experiencial

El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.

Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final.

Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.

Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.

Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

Estrategias y canales de distribución.

Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes

productos y servicios.

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.

Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.

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.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVUCIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.

Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL

Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.

Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.

Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.

Coste y rentabilidad de la distribución turística online