



ESCUELA DE
TURISMO & GASTRONOMÍA
DE LOS PÍNEOS

MÁSTER EXPERTO EN MARKETING TURÍSTICO

TUR056

www.escuelaturismopineos.com



Certificación universitaria internacional

Escuela asociada a:





DESTINATARIOS

El **Máster Experto en Marketing Turístico** está especialmente dirigido a todas aquellas personas o profesionales que estén interesadas en adquirir conocimientos o especializarse en el área del marketing turístico. A lo largo de esta formación, los alumnos estudiarán las últimas tendencias del mercado turístico, lo que les permitirá diseñar productos, actividades o servicios rentables que cubran las necesidades de los consumidores. Por otro lado, este Máster también les capacitará para el diseño, gestión y puesta en marcha de un plan de marketing que permita que cualquier proyecto, establecimiento o negocio enfocado a este sector obtenga unos buenos resultados económicos y aumente su productividad. Entre otros temas, el alumno se formará en el uso de las técnicas de marketing más novedosas así como en la explotación efectiva de las principales herramientas que ofrece el entorno digital actual.



MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ONLINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

El alumno puede solicitar **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



DURACIÓN

La duración del curso es de 1500 horas.



IMPORTE

Importe Original: 2400€

Importe Actual: 1200€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “MÁSTER EXPERTO EN MARKETING TURÍSTICO”, de la ESCUELA DE TURISMO&GASTRONOMÍA DE LOS PIRINEOS avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

El alumno tiene la opción de solicitar junto a su diploma un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, podrá solicitar una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



CONTENIDO FORMATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
 - Clasificación de la demanda
 - Demanda turística internacional y nacional
3. Pautas para investigar la demanda viajera
 - Fuentes y técnicas de recogida de información
 - Factores que determinan la evolución de la demanda turística
 - Parámetros básicos de la investigación
4. Segmentación de la demanda turística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
 - Proceso de marketing
 - Marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
 - Investigación turística
 - Segmentación del mercado
3. Política de mercado

4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones
 - Técnicas de motivación
 - Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
 - Las funciones del director de marketing
 - Dirección y plan de marketing
3. El director de marketing como estrategia
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
 - La misión y la cultura de la empresa
 - La elaboración del plan
3. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
 - Análisis de la situación
 - Diagnóstico de la situación
 - Definición de los objetivos
 - Estrategias
 - Planes de acción y presupuestos
 - Control del plan
5. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
 - Competencia comercial
 - Precios y condiciones comerciales
3. Distribución del producto
4. Imagen y publicidad
 - Imagen de la Agencia de Viajes
 - Publicidad de la Agencia de Viajes
5. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
 - E-Comunicación
 - E-mail marketing
5. La comunicación de destinos turísticos