

Promoción y comercialización del alojamiento rural (UF0686)

Promoción y comercialización del alojamiento rural (UF0686)

Duración: 70 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1. Gestión comercial.
1.1. Criterios básicos para una buena gestión comercial.
1.1.1. Analizar el mercado de forma regular.
1.1.2. Impedir cualquier rigidez en la política comercial de la empresa.
1.1.3. Rapidez de respuesta a las señales del mercado.
1.1.4. Elaboración de encuestas entre los clientes sn las que se recoja: la caracterización del cliente, los puntos fuertes del servicio y las posibles mejoras.
1.2. Gestión de políticas comerciales.
1.2.1. Política de precios adaptados a la calidad.
1.2.2. Política de producto o servicio que permita definir un producto de calidad.
1.2.3. Política de distribución del producto para fidelizar al cliente y a través de él llegar a nuevos clientes.
1.2.4. Política de comunicación: Organizar promociones, jornadas gastronómicas, concursos deportivos, etc. aprovechando fiestas populares o festejos culturales y religiosos de interés.
2. Comercialización del servicio de alojamiento rural.
2.1. La oferta turística como servicio.
2.1.1. Definición.
2.1.2. Características que diferencian a un servicio de un producto:
2.1.3. Características del cliente del servicio.
2.1.4. Diseño y valoración del servicio de forma que el cliente perciba recibir un servicio mayor que el precio que paga.
2.2. El Plan de Mercadotecnia. (Marketing)
2.2.1. Características.
2.2.2. Ventajas.
2.2.3. Etapas.

© icaformación2026

2.3. La mercadotecnia mixta o conjunta (Marketing mix)
2.3.1. Definición de la Mercadotecnia conjunta.
2.3.2. Efectos que produce la aplicación conjunta de las políticas de mercadotecnia.
2.3.3. Valorar la importancia de cada una de las políticas que intervienen en la mercadotecnia conjunta.
2.4. Comunicación y divulgación de la oferta del servicio
2.4.1. Publicidad.
2.4.1.1. Concepto.
2.4.1.2. Características.
2.4.1.3. Costo económico.
2.4.1.4. Medios publicitarios.
2.4.1.5. Soportes publicitarios.
2.4.1.6. Tipos de publicidad
2.4.2. Promoción de ventas.
2.4.2.1. Concepto.
2.4.2.2. Objetivos.
2.4.2.3. Técnicas.
2.4.3. Relaciones públicas.
2.4.4. Otros medios de divulgación.
3. Aplicaciones informáticas en la promoción y comercialización del alojamiento rural.
3.1. Medios de información y difusión
3.1.1. Internet.
3.1.2. Correo electrónico.
3.2. Contenidos de las páginas Web del alojamiento rural.
3.2.1. Servicios.
3.2.2. Precios.
3.2.3. Capacidad.
3.2.4. Periodo de apertura
3.2.5. Canales informatizados de reservas
3.2.6. Oferta de actividades complementarias del alojamiento.
3.2.7. Características del entorno.

© icaformación2026