

Procesos de gestión de unidades de información y distribución turísticas (Ajus. al Cert. Prof. Promoción turística local e información al visitante)

Procesos de gestión de unidades de información y distribución turísticas (Ajus. al Cert. Prof. Promoción turística local e información al visitante)

Duración: 90 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Aprender el uso y conocer el funcionamiento de las distintas herramientas de marketing que permiten desarrollar estrategias e

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:

Marketing turístico

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

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

Marketing vivencial, sensorial o experencial.

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

Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local.

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.

Proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales

Estrategias y canales de distribución.

© icaformación2026

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.

El sistema de servucción en el sector de la 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.

Utilización de las tecnologías de la información para la promoción del destino y para la creación de productos turísticos en el 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.

© icaformación2026