

Promoción y comercialización del alojamiento rural

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Permite adquirir las competencias profesionales necesarias para proyectos de implantación del alojamiento rural.

Contenidos:

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 en 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. 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



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



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.