

Promoción y comercialización del alojamiento rural

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Aplicar técnicas comerciales de promoción de ventas y de negociación adecuadas a los alojamientos rurales estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales
Distinguir y utilizar los equipos y programas informáticos que pueden ser necesarios para la promoción y comercialización de los alojamientos rurales

Contenidos:

Tema 1. Gestión comercial

- 1.1 Criterios básicos para una buena gestión comercial.
- 1.2 Gestión de políticas comerciales.

Tema 2. Comercialización del servicio de alojamiento rural

- 2.1 La oferta turística como servicio.
- 2.2 El Plan de Mercadotecnia. (Marketing).
- 2.3 La mercadotecnia mixta o conjunta (Marketing mix).
- 2.4 Comunicación y divulgación de la oferta del servicio.

Tema 3. Aplicaciones informáticas en la promoción y comercialización del alojamiento rural

- 3.1 Medios de información y difusión.
- 3.2 Contenidos de las páginas Web del alojamiento rural.

