

TEMARIO - PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

Diseño de productos y servicios turísticos locales

1 El sector turístico

- 1.1 Origen y evolución histórica del fenómeno turístico
- 1.2 La organización del sector
- 1.3 Oferta y demanda turística
- 1.4 La estructura de comercialización en el sector
- 1.5 Proceso de creación
- 1.6 Actividades: el sector turístico

2 Ordenación territorial y planificación estratégica

- 2.1 Los planes de ordenación territorial y su incidencia
- 2.2 Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución.
- 2.3 Análisis y aplicación de técnicas de identificación
- 2.4 La investigación de mercados como instrumento de planificación
- 2.5 Análisis y aplicación de técnicas de planificación
- 2.6 Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación
- 2.7 Actividades: ordenación territorial y planificación estratégica

3 Creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales

- 3.1 Análisis comparativo y caracterización
- 3.2 Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales
- 3.3 Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos
- 3.4 Fases del ciclo de vida de un producto turístico local
- 3.5 Gestión de iniciativas turísticas
- 3.6 Actividades: creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales

4 Desarrollo turístico sostenible

- 4.1 Introducción al desarrollo sostenible
- 4.2 El desarrollo sostenible para planificadores locales
- 4.3 La importancia del ambiente para el desarrollo turístico
- 4.4 Surgimiento y desarrollo de la interpretación
- 4.5 La gestión ambiental en turismo
- 4.6 Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad
- 4.7 Actividades: desarrollo turístico sostenible
- 4.8 Cuestionario: cuestionario módulo 2 unidad 1

Promoción y comercialización de productos o servicios turísticos locales

1 Marketing turístico

- 1.1 Justificación de la necesidad del marketing
- 1.2 Marketing operacional y marketing mix
- 1.3 Marketing vivencial, sensorial o experiencial
- 1.4 El proceso de segmentación de mercados
- 1.5 Instrumentos de comunicación según tipo de producto
- 1.6 Planificación, control de acciones de comunicación
- 1.7 Plan de marketing. viabilidad y plan de ejecución
- 1.8 Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas
- 1.9 Actividades: marketing turístico

2 Proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales

- 2.1 Estrategias y canales de distribución
- 2.2 Instrumentos de comunicación para la canalización
- 2.3 Estimación de los costes
- 2.4 Instrumentos y variables
- 2.5 Actividades: proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales

3 El sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo

- 3.1 El sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo
- 3.2 Actividades: el sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo

4 Utilización de las tecnologías de la información

- 4.1 Webs y portales turísticos
- 4.2 Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la red
- 4.3 Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico
- 4.4 Actividades: utilización de las tecnologías de la información
- 4.5 Cuestionario: cuestionario módulo 2 unidad 2
- 4.6 Cuestionario: cuestionario módulo 2