



EL MARKETING Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS EN LAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

SKU: CT0951

Horas [30](#)

CONTENIDO

1. Concepto de Marketing.
 - 1.1. El “Marketing” de servicios.
 - 1.2. Especificidades.
2. Segmentación del mercado.
 - 2.1. El “mercado objetivo”.
3. El Marketing Mix.
 - 3.1. Elementos.
 - 3.2. Estrategias.
 - 3.3. Políticas y directrices de marketing.
4. El plan de marketing.
 - 4.1. Características.
 - 4.2. Fases de un plan de marketing.
 - 4.3. Planificación de medios.
 - 4.4. Elaboración del plan.
5. Marketing directo.
 - 5.1. Técnicas.
 - 5.2. Argumentarios.
6. Planes de promoción de ventas.
 - 6.1. La promoción de ventas en las agencias de viajes.
 - 6.2. La figura del promotor de ventas y su cometido.
 - 6.3. Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.
 - 6.4. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.
 - 6.5. Normativa legal sobre bases de datos personales.
 - 6.6. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.
 - 6.7. Decisores y prescriptores.
7. El merchandising.

7.1. Elementos de merchandising propios de la distribución turística.

7.2. Utilización del merchandising en las agencias de viajes.