



## CURSO DE PROMOCIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES



**Certificado Profesional**

**180 horas + prácticas profesionales**



Lugar de Impartición: En la Escarihuela de Agramón 1º trimestre 2014

**Modalidad I, subvencionado por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y el FSE**

Información 967141958 - 609108394

[info@mantia.es](mailto:info@mantia.es)

Información : 967320203 - 620546349



# **CURSO: PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES**

**ENTIDAD QUE IMPARTE: MANTIA**

**MONITOR: JESÚS DOMÍNGUEZ CANTERO**

## **IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD : PROMOCIÓN TURÍSTICA LOCAL E INFORMACIÓN AL VISITANTE**

**Denominación:** PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS LOCALES

**Código:** MF1075\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1075\_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales

**Duración:** 180 horas

### **MÓDULO 1**

**Denominación:** DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.

**Código:** UF0083

**Duración:** 90 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1 y RP2

**Nivel de cualificación profesional:** 3

### **UNIDAD FORMATIVA 2**

**Denominación:** PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

**Código:** UF0084

**Duración:** 90 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y RP3

### **OBJETIVOS**

Una vez acabado el curso el alumno será capaz de:

- 1.- Evaluar la potencialidad turística del entorno local, a partir de sus recursos, servicios e infraestructuras, teniendo en cuenta las tendencias y demandas reales y potenciales del mercado.
- 2.- Participar en el diseño y mejora de productos y servicios turísticos locales, aportando sugerencias encaminadas a satisfacer las expectativas de la demanda actual y potencial y a rentabilizar los recursos y la oferta de servicios del entorno.
- 3.- Contribuir al desarrollo, organización, control y venta de los productos o servicios turísticos definidos, de modo que resulten atractivos para su demanda potencial y se puedan comercializar.
- 4.-Gestionar actos y programas de promoción turística encaminados a la consecución de los objetivos fijados

## **CONTENIDOS**

### **MODULO FORMATIVO 1: DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS LOCALES 90 H.**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DE DESARROLLO DEL FENÓMENO TURISTICO**

1. El Fenómeno Turístico, Origen y evolución.
2. La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.
3. Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos.
4. La estructura de comercialización en el sector:
5. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.
6. Los recursos gastronómicos y enológicos locales como eje transversal de los productos turísticos.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA ORDENACIÓN TERRITORIAL DE LA ADMINISTRACIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL FENOMENO TURISTICO**

7. La administración Local , comarcal, provincial y su ordenación.
8. La ordenación autonómica en materia turística
9. El estado y su marco normativo en materia de turismo
10. El Libro Blanco sobre Turismo de la UE
11. La Organización Mundial del Turismo OMT

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.**

Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales.

1. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos.
2. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas.
3. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia.
4. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.
5. La planificación culinaria y enológica para su incorporación a los productos turísticos.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.**

1. Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales.

2. Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios.
3. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos.
4. La gastronomía y enología local y sus productos
5. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local.
6. Gestión de iniciativas turísticas.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.**

1. Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales.
2. El desarrollo sostenible para planificadores locales.
3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales.
4. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico.
5. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos.
6. Los recursos gastronómicos y enológicos como eje transversal de los Productos Turísticos.
7. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.

### **MODULO FORMATIVO 2: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES 90 H.**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO.**

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo.
2. Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo
3. Marketing vivencial, sensorial o experiencial:
4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo.
5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final.
6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.
7. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución.
8. Marketing culinario y enológico
9. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES.**

1. Estrategias y canales de distribución.
2. Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas a diferentes productos y servicios.
3. 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.
4. Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
5. 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.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA DE SERVUCIÓN EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO.**

1. Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso.
2. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4.**

### **UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO Y PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO LOCAL.**

1. Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades.
2. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores.
3. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.
4. La restauración Online