



Editorial: Paraninfo

Autor: PATRICIA MÁRMOL SINCLAIR,
CARMEN DELIA OJEDA GARCÍA

Clasificación: Ciclos Formativos >
Hostelería y Turismo

Tamaño: 21 x 27 cm.

Páginas: 249

ISBN 13: 9788428338257

ISBN 10: 8428338256

Precio sin IVA: 25,00 Eur

Precio con IVA: 26,00 Eur

Fecha publicacion: 29/04/2016

Sinopsis

Este manual ha sido concebido como libro de texto para el módulo profesional de Marketing Turístico, de los Ciclos Formativos de grado superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, de Gestión de Alojamientos Turísticos y de Guía, Información y Asistencias Turísticas, pertenecientes a la familia profesional de Hostelería y Turismo. Por tanto, los destinatarios principales son los profesores y los alumnos de enseñanzas turísticas, aunque se ha pretendido conscientemente que sea útil para cualquier persona interesada en adquirir los conocimientos básicos sobre este campo, así como para todos aquellos profesionales que deseen actualizar sus conocimientos, ya que pone a su disposición herramientas útiles para alcanzar un buen dominio del marketing turístico desde una óptica más actual.

En esta segunda edición se ha cuidado especialmente la actualidad de los contenidos, teniendo en cuenta que en los últimos años se están produciendo cambios significativos y acelerados en el marketing turístico. Entre las novedades y las actualizaciones más importantes que se incorporan podemos citar las siguientes: tendencias de marketing, estrategia de segmentación, canales de distribución, herramientas de marketing en internet, tendencias de consumo y normativas y organismos. Asimismo, se han incorporado nuevas actividades, tablas e imágenes.

Dado que en la sociedad actual la aplicación del marketing es clave para el éxito de la gestión empresarial, este libro presenta el marketing turístico de forma didáctica, práctica, actual y clara. Según lo establecido en la normativa que regula las enseñanzas de los citados Ciclos Formativos, el libro se ha estructurado en ocho

unidades, que desarrollan los siguientes contenidos: la caracterización del marketing turístico; la segmentación de los mercados turísticos; el marketing-mix: la gestión del producto y del precio; el marketing-mix: la gestión de la distribución y de la comunicación; las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico; el plan de marketing; el proceso de decisión de compra; el consumerismo.

Al mismo tiempo, para el diseño de cada unidad se han considerado unos principios básicos: la validez en todo el territorio nacional y la adaptación a las necesidades de los destinatarios y a las posibilidades de formación en un centro educativo. También se ha buscado una misma estructura en todas las unidades, incluyendo en cada una de ellas los siguientes elementos: objetivos, contenidos adecuados y suficientes, fotografías en color que ilustran el contenido, recuadros de "Sabías que..." y "Recuerda que..." para reforzar los contenidos clave, numerosas y variadas actividades; un resumen de la unidad y enlaces web de interés que permiten ampliar la información.

Carmen Delia Ojeda García, diplomada en Empresas y Actividades Turísticas, ha trabajado en agencias de viajes y como guía turística; esa experiencia la ha ayudado en su labor como docente. Es profesora de Enseñanza Secundaria de Hostelería y Turismo desde hace 28 años. Patricia Mármol Sinclair, diplomada en Empresas y Actividades Turísticas y en Relaciones Laborales, ha trabajado en empresas hoteleras como Barceló y Riu antes de dedicarse a la formación, en la que trabaja desde hace 23 años. Actualmente es profesora y coordinadora de Formación Profesional Dual. Su afán por estar siempre actualizadas, las ha llevado a acudir a innumerables cursos, jornadas, foros, ferias, etc., convocados por la Consejería de Educación y la Consejería de Turismo, así como por otras instituciones tanto públicas como privadas. Ambas son autoras de la primera edición del libro, publicada por esta editorial.

Índice

1. Caracterización del marketing turístico; **2.** Segmentación de mercados turísticos; **3.** Marketing-mix: la gestión del producto y del precio; **4.** Marketing-mix: la gestión de la distribución y de la comunicación; **5.** Las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico; **6.** Plan de marketing; **7.** Proceso de decisión de compra; **8.** El consumerismo.

Ediciones Paraninfo S.A. Calle Velázquez no. 31, 3º. Derecha, 28001 Madrid (España)
Tel. (34) 914 463 350 Fax (34) 91 445 62 18
info@paraninfo.es www.paraninfo.es