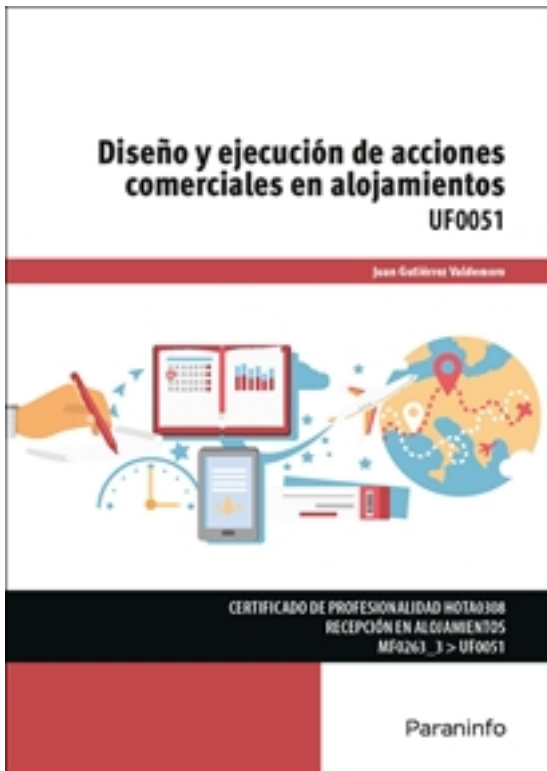


# Paraninfo

## UF0051 - Diseño y ejecución de acciones comerciales en alojamientos



**Editorial:** Paraninfo

**Autor:** JUAN GUTIÉRREZ VALDEMORO

**Clasificación:** Certificados Profesionales > Hostelería y Turismo

**Tamaño:** 17 x 24 cm.

**Páginas:** 180

**ISBN 13:** 9788428335157

**ISBN 10:** 842833515X

**Precio sin IVA:** 16,35 Eur

**Precio con IVA:** 17,00 Eur

**Fecha publicación:** 30/11/2016

### Sinopsis

Para valorar la situación, evolución y tendencias en el sector de alojamientos es necesario hacer un completo análisis de toda la información que tengamos acerca del mercado turístico.

En este libro se enumeran, describen e interrelacionan los distintos elementos que conforman la demanda y la oferta turística, y se analizan los componentes que conforman un plan de marketing adecuado a las empresas del sector turístico. Además, aprenderemos a distinguir diferentes estrategias de comunicación comercial y diversas técnicas de venta, adaptándolas tanto a los distintos tipos de usuarios de estos servicios, como a las distintas vías de comunicación. Cada capítulo se complementa con actividades prácticas y de autoevaluación cuyas soluciones están disponibles en [www.paraninfo.es](http://www.paraninfo.es).

Los contenidos se corresponden con los de la UF 0051 *Diseño y ejecución de acciones comerciales en alojamientos*, incardinada en el MF 0263\_3 *Acciones comerciales y reservas*, perteneciente al certificado de profesionalidad HOTA0308 *Recepción en alojamientos*, regulado por el RD 1376/2008, de 1 de agosto, y modificado por el RD 619/2013, de 2 de agosto.

**Juan Gutiérrez Valdemoro** es técnico en Turismo y posee amplia experiencia docente en formación presencial y *online*.

### Índice

#### Introducción normativa

#### 1. El mercado turístico nacional e internacional

1.1. Objetivo general

1.2. Diferenciación de los elementos componentes de la oferta y demanda turísticas nacionales e internacionales

1.3. Análisis cuantitativo y cualitativo del sector de la hostelería y el turismo. Principales mercados emisores y receptores

1.4. Especialidades del mercado turístico relativo al subsector de alojamiento

1.5. Identificación de las principales fuentes de información turística

## **2. Segmentación y tipología de la demanda turística**

2.1. Objetivo general

2.2. Identificación y clasificación de las necesidades humanas

2.3. Motivaciones primarias secundarias

2.4. Análisis del comportamiento de consumidores o usuarios en servicios de naturaleza turística

2.5. Segmentos y nichos en la demanda turística

2.6. Segmentos y perfiles de la demanda

2.7. Tipología de la demanda en función del tipo de viaje

2.8. Los destinos turísticos frente a la demanda

2.9. Los hechos diferenciales

2.10. Los condicionantes económicos, políticos y sociales

## **3. Aplicación del marketing en hostelería y turismo**

3.1. Manejo de los conceptos básicos de la economía de mercado

3.2. Determinación de los procedimientos para el estudio de mercados: análisis de las fuentes de información, métodos de investigación y su aplicación en hostelería y turismo

3.3. Verificación de la evolución de hábitos y procedimientos de transacción comercial

3.4. Análisis y argumentación de la evolución del concepto de marketing desde sus inicios. Marketing de servicios

3.5. Diferenciación de las variables o factores básicos propios del mercado y del marketing turístico

3.6. Plan de marketing

## **4. Aplicación del plan de acción comercial**

4.1. CRM: Customer Relationship Management

4.2. Marketing tradicional versus marketing relacional

4.3. Vínculo entre el plan de marketing y el plan de acción comercial

4.4. La Planificación de acciones comerciales

4.5. El plan de ventas: elaboración y control

## **5. Aplicación de las técnicas de venta a las acciones comerciales y reservas en alojamientos**

5.1. Contacto inicial

5.2. El sondeo: cómo detectar las necesidades del cliente

5.3. La argumentación: cómo exponer los productos de forma efectiva

5.4. El cierre de la operación: cómo conseguir el compromiso del cliente

5.5. Aplicación a casos prácticos

## **6. Aplicación de la negociación a las acciones comerciales y reservas en alojamientos**

6.1. Concepto de negociación

6.2. Análisis y preparación de la negociación

6.3. La rentabilidad de la negociación

6.4. El intercambio de información

6.5. El intercambio de concesiones y contrapartidas

6.6. El cierre de negociación

### **Bibliografía**

Ediciones Paraninfo S.A. Calle José Abascal, 56 (Utopicus). Oficina 217. 28003 Madrid  
(España)

Tel. (+34) 914 463 350 Fax

info@paraninfo.es [www.paraninfo.es](http://www.paraninfo.es)