

Curso: CANALES DE COMERCIALIZACION TURISTICA

MAPA INTERACTIVO Gest. de canales de comercial. turística



MATERIAL ALUMN@:

- * Claves de acceso
- * Guía de usuario (formato .pdf)
- * Manual (formato .pdf disponible on line)

CONTENIDO PLATAFORMA:

- * Páginas totales: 46
- * Nº de ejercicios: 5

OBJETIVOS:

Introducir al alumno en las peculiaridades del sistema de distribución en el sector turístico.
Dar a conocer los diferentes intermediarios que actúan en el sector.
Resaltar la importancia de las relaciones de integración en la distribución turística.

CONTENIDOS:

1. DISTRIBUCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO: CONCEPTOS Y ESTRUCTURAS

- 1.1. La distribución comercial y el marketing turístico
- 1.2. El sistema de distribución en el sector turístico
- 1.3. Funciones de los intermediarios en el sistema de distribución
- 1.4. Estructura del canal de distribución en el sector turístico
- 1.5. La elección del canal de distribución
- 1.6. Conflicto entre canales de distribución

2. PRINCIPALES INTERMEDIARIOS EN EL SECTOR TURÍSTICO I

- 2.1. Las agencias de viajes en la distribución turística
- 2.2. Los tour operadores en la distribución turística
 - 2.2.1. Tipología de los tour operadores

3. PRINCIPALES INTERMEDIARIOS EN EL SECTOR TURÍSTICO II

- 3.1. Los CRS y los GDS en la distribución turística
 - 3.1.1. Situación actual de los GDS en el sector turístico
- 3.2. Las centrales de reservas en la distribución turística
- 3.3. Otros intermediarios y agentes en el entorno de la distribución turística

4. LAS MODALIDADES DE INTEGRACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

- 4.1. Modalidades de integración empresarial
 - 4.1.1. Modalidades específicas de integración en el sector turístico
- 4.2. La integración vertical en el sector turístico
- 4.3. La integración horizontal en el sector turístico
- 4.4. La integración complementaria o diagonal en el sector turístico
- 4.5. La integración contractual en el sector turístico