

Código: 27050

Unidad Formativa:
UF0686 - Promoción y comercialización del alojamiento rural

Módulo: MF1042_2 - GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALOJAMIENTOS RURALES

Certificado de Profesionalidad:
HOTU0109 - ALOJAMIENTO RURAL

Modalidad: ONLINE

Duración: 70h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para asumir la promoción y la comercialización de un alojamiento rural con criterios profesionales, tanto en la definición de la oferta como en su difusión ante el mercado. A lo largo del recorrido se trabaja la gestión comercial del establecimiento, el diseño de políticas comerciales coherentes con el posicionamiento del negocio y la comprensión de la oferta turística como un servicio que debe comunicarse y venderse con claridad. El alumnado aprende a elaborar y aplicar un plan de marketing, a combinar de forma equilibrada las variables del marketing mix y a comunicar la propuesta de valor del alojamiento mediante los medios de información y difusión adecuados. La parte aplicada ocupa un lugar central: se aborda la creación y el mantenimiento de los contenidos de la página web y de los canales digitales del establecimiento, cuidando la imagen y la coherencia del mensaje. Al finalizar, el alumnado será capaz de planificar y ejecutar acciones de promoción y comercialización del alojamiento rural, alineando la oferta, el precio, la distribución y la comunicación para captar y fidelizar clientes.

Contenidos

Módulo 1: Fundamentos de la gestión comercial del alojamiento rural
1.1 - El papel de la gestión comercial en el alojamiento rural
1.2 - Criterios básicos para una buena gestión comercial
1.3 - El mercado turístico rural y su evolución
1.4 - Perfil y expectativas del cliente de alojamiento rural
1.5 - La competencia y el posicionamiento del establecimiento
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Políticas comerciales y planificación de la oferta
2.1 - Concepto y funciones de la política comercial
2.2 - Objetivos comerciales y su concreción en el establecimiento
2.3 - Políticas de producto, precio y condiciones de venta
2.4 - Políticas de distribución y relación con intermediarios
2.5 - Coherencia entre la política comercial y la capacidad del alojamiento
2.6 - Seguimiento y revisión de las políticas comerciales
Resumen del módulo 2
Módulo 3: La oferta turística como servicio
3.1 - Características diferenciales de los servicios turísticos
3.2 - Componentes de la oferta del alojamiento rural
3.3 - Calidad de servicio y satisfacción del cliente
3.4 - Valor añadido: entorno, experiencias y trato personal
3.5 - Gestión de expectativas y momentos de contacto con el cliente
Resumen del módulo 3
Módulo 4: El plan de marketing del alojamiento rural
4.1 - Función y utilidad del plan de marketing
4.2 - Análisis interno y externo del establecimiento
4.3 - Definición del público objetivo y de los segmentos de demanda
4.4 - Objetivos de marketing y estrategias de posicionamiento
4.5 - Presupuesto, calendario y responsables de las acciones
4.6 - Indicadores para evaluar los resultados del plan
Resumen del módulo 4
Módulo 5: El marketing mix aplicado al alojamiento rural
5.1 - El concepto de marketing mix y sus variables
5.2 - La política de producto y de servicio
5.3 - La fijación de precios y la gestión de la rentabilidad
5.4 - La distribución y los canales de venta
5.5 - La promoción y la comunicación comercial
5.6 - Las personas y los procesos como parte de la experiencia
Resumen del módulo 5
Módulo 6: Comunicación y divulgación de la oferta
6.1 - Fundamentos de la comunicación comercial
6.2 - El mensaje y la identidad del alojamiento rural
6.3 - Instrumentos de comunicación y su elección
6.4 - Relaciones públicas y presencia en el entorno local

6.5 - Promociones, ofertas y acciones de captación
6.6 - Planificación de la difusión y control del mensaje
Resumen del módulo 6
Módulo 7: Medios de información y difusión de la oferta
7.1 - Panorama de los medios de información y difusión
7.2 - Medios propios del establecimiento
7.3 - Portales turísticos y plataformas de reserva
7.4 - Redes sociales y comunidades en línea
7.5 - Publicidad en línea y herramientas de captación
7.6 - Selección y combinación de medios según el público
Resumen del módulo 7
Módulo 8: La página web del alojamiento rural
8.1 - Funciones de la página web en la comercialización
8.2 - Estructura y secciones de una web de alojamiento rural
8.3 - Contenidos informativos: alojamiento, entorno y servicios
8.4 - Imágenes, vídeos y presentación de la oferta
8.5 - Reservas, contacto y atención al usuario en la web
8.6 - Actualización, accesibilidad e imagen de marca
Resumen del módulo 8