



FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA PARA LA CALIDAD EN EL SERVICIO

Objetivo

Capacitar a los participantes sobre los fundamentos de mercadotecnia para la calidad en el servicio proporcionando conocimientos y habilidades básicas que fortalezcan la competitividad de los productos y/o servicios turísticos.



Justificación

Integrar estratégicamente la calidad en el servicio junto con las prácticas de mercadotecnia representa una oportunidad para que las empresas turísticas destaquen en el mercado actual y se apoye de los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre los productos y servicios que ofrecen las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y sobre todo de la región.



Temario

1. Introducción a la mercadotecnia.
2. Mercadotecnia de servicios.
3. Los mercados y su segmentación en servicios.
4. Comportamiento del consumidor.
5. Dinámica de cliente encubierto.



Duración y Modalidad

15 horas (se entrega constancia de acreditación)

PRESENCIAL:

- Miércoles 28 de febrero, 06 y 13 de marzo de **10:00 a 14:00 hrs.**
- Jueves 14 de marzo de **13:00 a 16:00** hrs. Dinámica presencial.

Del 28 de febrero al 14 de marzo de 2024.



Perfil del participante

Dirigido a gerentes, socios propietarios, empresarios, emprendedores y colaboradores responsables de la toma de decisiones de mercadotecnia y servicio al cliente de las empresas de servicios turístico.

