Comercialización turística



|  |  |
| --- | --- |
| ***Grupos: 43-A***  ***SEGUNDA GUÍA DE COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA*** | ***Profra. Sandra Luz Guadarrama Esqueda- Lic. En Turismo*** |

***SEGUNDA GUIA DE COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA :***

1. *¿porque son importantes los promotores de ventas?*
2. *según lo visto en clase, ¿porque es importante conocer tu producto?*
3. *Los fams trips son un pretexto para vacacionar?*
4. *¿porque en el medio turístico es importante viajar?*
5. *¿de qué se trata los viajes de incentivos?*
6. *6¿Qué es el Marketing Directo?*
7. *¿Qué ventajas aporta?*
8. *8Qué tipo de medios utilizan los Operadores Turísticos*
9. *e9xplica mínimo 2 de los que utiliza una Agencia de Viajes*
10. *¿qué ofertas puede ofrecer un hotel para tener temporada estática todo el año?*
11. *¿qué es la distribución?*
12. *¿qué canales de distribución se utilizan?*
13. *¿Porque la importancia de distribuir en tiempo y forma?*
14. *¿qué medios utilizan los operadores turísticos para distribuir sus productos?*
15. *¿cuál es la distribución directa*
16. *¿qué es el Precio?*
17. *¿A qué problemas se enfrenta la empresa para establecer precios?*
18. *¿Qué información requiere la empresa para establecer un costo?*
19. *Indica los diferentes costes existentes sin explicar:*
20. *explica cuál es el coste directo*
21. *¿Que son los precios elevados y donde se aplican?*
22. *¿Que son los precios bajos?*
23. *indica los enfoques de precios*
24. *Indica la diferencia entre deseos y Necesidades.*
25. *¿Quién indicó que había cinco condiciones de intercambio?*
26. *Explica según lo explicado en clase que tipo de valor proporcionan las partes*
27. *Indica las actividades de la función del marketing sin desarrollar*
28. *Indica cómo se llevan a cabo las estrategias y tácticas*