

# LAS 4 PS DEL MARKETING. LAS CLAVES DEL ÉXITO EN LA COMERCIALIZACIÓN

PLAN DE FORMACIÓN DE TURISMO DE NAVARRA / NAFARROAKO TURISMOKO FORMAKUNTZA PLANA



Producto, Punto de venta, Promoción y Precio son los 4 pilares que sostienen el nuevo marketing turístico cada vez más necesario y utilizado generando una nueva realidad en el sector turístico.

En este curso analizaremos las claves del marketing turístico a través de sus 4 componentes.

Producto  
Punto de venta  
Promoción  
Precio

## MODALIDAD

On line

## DURACIÓN

4 horas

## FECHAS

31 de enero 9:30 - 11:30

2 de febrero 16:00 - 18:00

## DOCENTE

**Puy Trigueros Labeaga:** Experta en marketing

turístico y digital con experiencia como responsable de comunicación de La Rioja y Navarra. Además, es consultora y formadora especializada en turismo y marketing digital [www.linkedin.com/in/puytrigueros](http://www.linkedin.com/in/puytrigueros)

+ INFO

[turismo.formacion@navarra.es](mailto:turismo.formacion@navarra.es)



PLAN DE FORMACIÓN  
DE TURISMO DE NAVARRA  
DE 10.0  
NAFARROAKO TURISMOKO  
FORMAKUNTZA PLANA  
BIKAIN.O



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia

**INSCRÍBETE AQUÍ**

Gobierno  
de Navarra



Nafarroako  
Gobernua



AGENDA  
2030

## OBJETIVOS DEL CURSO

- Conocer los 4 campos de la comercialización en los que tiene influencia el marketing.
- Mejorar la creación de producto, la distribución, el precio y la promoción.

---

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### Fundamentos del marketing – Las 4 Ps del marketing mix

- Decisiones de producto
- Decisiones de precio
- Decisiones de distribución
- Decisiones de promoción

### Desarrollo de producto comercializable

- De los servicios a la experiencia. De vender camas a vender atardeceres
- Producto turístico básico y ampliado
- Segmento general o especializado
- Integración vertical y horizontal
- Up-selling y cross-selling
- Valor percibido del producto
- El ciclo de vida del producto influye en las decisiones de comercialización.

### Estrategias de fijación de precios

- Costo + porcentaje
- Precio de penetración
- Revenue management o precio variable
- Precio Premium
- Precio líder + complementarios
- Precio por paquete

### Distribución turística

- Mercados objetivos
- Con intermediario o por venta directa
- Canales de comercialización: comisiones, costes, cupos... control de coste/resultado
- Política de reservas

## ITINERARIO Y SUBITINERARIO FORMATIVO DEL QUE FORMA PARTE

**Itinerario 2:** Innovación en productos y procesos. **Subitinerario 02.02:** Nuevas tendencias en productos y procesos.

**Itinerario 3:** Profesionalización de la gestión turística. **Subitinerario 03.01:** Gestión turística.

## Promoción turística

- Posicionamiento y diferenciación
- Influencers y generadores de opinión/recomendación
- Publicidad
- Otras acciones de promoción

## METODOLOGÍA

A lo largo del curso revisaremos de forma interactiva y con participación del alumnado todos los apartados del índice de contenidos identificando las oportunidades que el marketing ofrece para mejorar la comercialización turística mejorando el conocimiento del mercado turístico.

### DESTINATARIOS/AS

Colectivo profesional turístico

(Alojamiento, Restauración, Empresas de servicios turísticos, Empresas de intermediación). Entidades públicas (Agencias de Desarrollo Local, Consorcios Turísticos, Asociaciones) y Entidades Locales de Navarra (Ayuntamientos y Mancomunidades de Servicios).

### NÚMERO MÁXIMO DE ASISTENTES

Número máximo de participantes: 50

### ADJUDICACIÓN DE PLAZAS

Es necesario inscribirse previamente en el enlace proporcionado. En el supuesto que existan más solicitudes que plazas, se realizará un sorteo para su asignación.

### REQUISITOS PREVIOS PARA PARTICIPAR

No son necesarios requisitos ni conocimientos previos.

## ITINERARIO Y SUBITINERARIO FORMATIVO DEL QUE FORMA PARTE

**Itinerario 2:** Innovación en productos y procesos. **Subitinerario 02.02:** Nuevas tendencias en productos y procesos.

**Itinerario 3:** Profesionalización de la gestión turística. **Subitinerario 03.01:** Gestión turística.