

Breve tabla de contenidos

PARTE I **Comprensión del proceso de marketing turístico 1**

1. Introducción: marketing turístico 3
2. Características de los servicios de marketing turístico 35
3. Papel del marketing en la planificación estratégica 59

PARTE II **Identificación de oportunidades y diseño de una estrategia de marketing 87**

4. El entorno de marketing 89
5. Sistemas de información de marketing e investigación de mercado 119
6. Mercados de consumo y análisis del comportamiento del consumidor 157
7. Mercados organizacionales y su comportamiento de compra 185
8. Segmentación de mercado, selección de mercados objetivo y posicionamiento 207

PARTE III **Desarrollo del *marketing mix* para turismo 235**

9. Diseño y gestión de productos para turismo 237
10. Marketing interno 273
11. Fijación del precio de los productos: consideraciones, enfoques y estrategias sobre el precio 297

- 12. **Canales de distribución 333**
- 13. **Promoción de los productos: políticas de promoción, comunicación y publicidad 361**
- 14. **Promoción de los productos: relaciones públicas y promoción de ventas 403**
- 15. **Ventas profesionales 431**
- 16. **Marketing directo y *online*: relaciones con los clientes 471**

RTE IV Gestión del marketing turístico 503

- 17. **Marketing de destinos turísticos 505**
- 18. **El plan de marketing 541**