

## Curs de DESENVOLUPAMENT DE PRODUCTES TURÍSTICS (30h)

De la idea inicial a la creació del producte enoturístic  
i la seva comercialització



*Una primera definició de l'enoturisme es refereix a les activitats turístiques que es generen al voltant del vi o dels cellers. Però l'enoturisme és molt més.*

*Es relaciona amb el turisme gastronòmic i amb el turisme cultural segons el caràcter històric i patrimonial de la regió vinícola. Parlem de com el vi vertebrava un turisme que cada cop va a més.*



**Durada:** 30h

**Calendari:**

**26 Febrer, 5 i 12 de març** en horari de matí (9:30h a 14h)

**19 de març** visites a experiències del territori (tot el dia)

**9 i 16 d'abril** en horari de tarda (15:30h a 20h)

**Lloc de realització:** Manresa (Celler Oller del Mas)

**Inscripcions:** <https://goo.gl/C4ZR7Z> Escola d'Enoturisme de Catalunya.

### **Destinatari**

Aquesta formació és totalment subvencionada i està adreçada prioritàriament a persones treballadores ocupades tot i que també hi ha un percentatge de places per admetre persones desocupades.

### **Places disponibles i assistència**

15 places. Es valoraran les sol·licituds segons criteris d'idoneïtat i recepció.  
És necessària una assistència mínima al 75% de les hores programades.

### **Professorat**

[Manel Colmenero](#), professional una llarga trajectòria professional en turisme. Creador de la xarxa social Gastronomicum 2.0 i projectes tant interessants com Ocio Vital, Food Wine Tours y Casino Gourmet, tot un referent del turisme enogastronòmic.

És expert en Turisme Gastronòmic, especialista en Màrqueting, IESE learning to grow, Màster en Turisme Cultural, escriptor del llibre Rutas del Vino, bodegas para visitar y recomendar Lundberg - 3er Premi Enoturisme Gourmand Awards 2013-.

### **Objectius generals**

- Ser capaç de crear productes i/o serveis turístics atenent a les característiques territorials i variables socioeconòmiques.
- Assolir el seu propi Pla general de màrqueting o el Pla de màrqueting tàctic.

### **Competències bàsiques que s'adquiriran durant el curs**

1. Identificar i desenvolupar les habilitats personals per afrontar amb garanties els reptes acadèmics i professionals futurs.
2. Adquirir les capacitats analítiques per visionar elements clau de situacions concretes a partir de l'estudi de casos.
3. Aprendre i aplicar les tècniques de la comunicació verbal i no verbal per expressar-se amb fluïdesa durant les exposicions orals.
4. Manifestar una actitud creativa i autònoma per gestionar la pròpia feina, així com de cooperació i responsabilitat en el treball en grup.
5. Analitzar els elements clau de què consta el pla d'empresa i l'estudi de mercat i prendre decisions en grup sobre l'estratègia de comunicació i imatge de l'empresa.

### **Continguts**

1. Implementar els productes, serveis i/o destinacions turístics seleccionant les variables de més impacte socioeconòmic per a l'entorn:

- 1.1 Desenvolupament del producte, servei i/o destinació turística. El màrqueting mix una eina per la segmentació del nostre públic objectiu.
- 1.2 La posada en marxa del producte o destinació turística. El preu com a fet diferenciador.
- 1.3 Importància i creació de la marca i de la imatge del servei o destinació turística. El joc de la distribució.
- 1.4 Funcions de la imatge de marca i tipus. Publicitat, publicacions...
- 1.5 El Pla de màrqueting, eina de treball per modular les nostres accions tàctiques.

2. Estudis de Casos, Rol Plays i Joc d'empresa per posar en marxa el nostre Pla d'accions.