

CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS PASTO

EGLY ANDREA CUBIDES LEYTON

JIMENA RODRÍGUEZ CUADROS

UNIVERSIDAD ECCI

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y HUMANAS

PROFESIONAL EN LENGUAS MODERNAS

BOGOTÁ, ENERO 2017

INHALT

Einleitung.....	0
1. Hintergrund.....	5
1.1.Unternehmen.....	5
1.2.Historischer Hintergrund vom Service (Geschichte).....	7
2. Marke.....	10
2.1. Karneval der Schwarzen und Weißen.....	10
2.2.Kategorie: Touristisches Service.....	10
2.2.1. Konsumverhältnis.....	11
2.2.2. Beschreibung des Services.....	11
2.2.3. Kaufverhältnis.....	11
2.2.4. Grundvorteil.....	14
2.2.5. Grundvorteil und Evidenz.....	14
2.2.6. Verbrauchsgewohnheiten.....	14
3. Target.....	15
3.1. Spezielle Charakteristika des Kunden.....	16
3.2. Tägliche Routine des Rentner.....	17
4. Marktpositionierung.....	21
5. Marketing.....	22
5.1.Service.....	22
5.1.1. Was verkaufen wir genau?.....	22
5.1.2. Welche Wohltat bringt er den Kunden?.....	22
5.1.3. Welche Charakteristika bestimmen den Service?.....	23
5.2. Preis.....	24
5.2.1. Wie viel ist es genau wert?.....	24

5.2.2.	Wie viel kostet etwas Ähnliches im Markt?.....	24
5.2.3.	Ist das Service ausschließlich oder günstig?:- Warum?.....	24
5.3.	Publizität / Förderung.....	25
5.3.1.	Von welcher Form werde ich mein Dienst bekannt zu geben?.....	25
5.3.2.	Wo sind unsere Kunden?.....	25
5.3.3.	Können wir zu allen / zu allen Arten des Publikums kommen?.....	25
5.4.	Verkaufsstelle.....	26
5.4.1.	Welcher ist der Verkaufskanal und Vermarktungsformen?.....	26
6.	Kreative Strategie.....	27
6.1.	Identifizierung des Services.....	27
6.2.	Ziel der Kommunikation.....	27
6.3.	Angebot.....	27
6.4.	Kreative Richtlinien.....	28
6.5.	Karte.....	29
7.	Bibliografische Angaben / Quelle.....	31

Einleitung

Das anwesende Dokument bezieht sich auf die Beschreibung eines Briefing der als objektive hat, eine Strategie vorzuschlagen, um den Karneval von Schwarzen und Weißen in Pasto Nariño zu befördern, besonders Touristen aus den europäischen Ländern wie Deutschland.

Zu Beginn, wird eine kurze Beschreibung von Corpocarnaval verwirklicht werden, Körperschaft, die er jetzt zu fördern beginnt und das wichtigste Ereignis vom Südkolumbien zu fördern.

Genauso, daá, um auf kurze Weise zu kennen die Geschichte und Entwicklung des Karnevals im Laufe der Zeit, seit seinen Beginnen.

Endlich, wird man die kreative Strategie für die Beförderung des Karneval von Schwarzen und Weißen auf dem internationalen Niveau bekannt zu geben.

BRIEFING

1. Hintergrund

1.1. Unternehmen:

CORPOCARNAVAL

Sitz: Straße 18 No. 28 - 87, Pasto - Nariño

Telefax: (057 2) 722 3712 - 722 8082

E-Mail-Adresse: gerenciadecorpocarnaval@gmail.com

Aktivität: Karneval der Schwarzen und Weißen Koordinieren, organisieren und fördern

Das ist ein Unternehmen mit assoziativen Charakter von privatem Recht, gemeinnützig und regiert von der Zivilkodex.

“Die Körperschaft von Schwarzen und Weißen ist von der Cámara de Comercio (Handelkammer) seit 27. Dezember 2004 gegründet, gemeinnützig, mit amtlicher Autonomie.

Es ist von natürlichen und juristischen, öffentlichen, privaten oder gemischten Personen gebildet und es hat mit der Kultur, dem Kunst und dem Folklore unserer Region zu tun”

- **Mission**

Die Mission hat 4 Aspekte:

- Karneval der Schwarzen und Weißen fördert die Realisierung, die Koordination, zusammenrufen.
- Personal, technisches Personal und Finanzleute zu koordinieren.

- Die Körperschaft übernimmt das Fördern, das Verbreiten und das Schützen vom Karneval.
- Es ist verantwortlich für die Stärkung der Beteiligung von Künstlern und Kultisten.

- **Vision**

Es ist eine Organisation mit hoher Anerkennung durch sein Fassungsvermögen und Leistung in der Verwirklichung des Karnevals von Schwarzen und Weißen. Mit dem Ziel, die Integration von Reisenden in den Traditionen und Kultur zu fördern.

- **Hauptziel:**

Die Körperschaft hat als Hauptziel den Karneval zu organisieren, entwickeln, fördern, verbreiten und die hohe kulturelle Vielfalt und soziale Wohlfahrt für Handwerker und Kultisten zu finanzieren.

Zusätzlich fördert sie die Teilnahme und Durchführung von eigenen künstlerischen und spielerischen Tätigkeiten des Karnevals, die Essenz und Tradition von San Juan de Pasto in den Departamento Nariño zu schützen.

Unter Berücksichtigung von Unternehmen verfügt man über ein großes Interesse und Zweck der Förderung und Verwirklichung der stärkeren Einbeziehung der ausländischen Touristen in Deutschland.

- **Projektion:**

Das Funktionieren der Körperschaft zu garantieren so wie die effiziente Verwirklichung des Karnevals.

Den Karneval in der ganzen Welt zu fördern, die kaufmännische und finanzielle Betreuung verwirklichen, um über die Mittel zu verfügen, die erlauben größere sozioökonomische und kulturelle Entwicklung zu erzeugen

1.2. Historischer Hintergrund vom Service (Geschichte):

Wie auf Corpocarnaval Seite steht, unser Karneval wurde anerkannt und erklärt als kulturelles und immaterielles Erbe der Menschlichkeit durch den Ausschuss der UNESCO im Jahr 2009 erklärt. Karneval der Schwarzen und Weißen ist eine festliche kulturelle und soziale Tradition, die jährlich vom 28. Dezember bis zum 07. Januar in Pasto, Nariño Kolumbien gefeiert wird.

Auch auf der selben Seite steht, eine Ursprünge schwingen sich in präkolumbischen Zeiten und in einer bäuerliche Kultur. Der Karneval verwandelt sich in einen Raum des kulturellen Austausches und der Respekt ist ein hauptwichtiger Aspekt, um mittels Spiele und Kunst freundlich zu teilen. Jedes Jahr stellen die Bewohner Umzüge vor und feiern mittels des Tanzes, der Musik und kultureller Ausdrücke, die den Legat der mündlichen, rituellen und ästhetische Tradition spiegeln, was eine große Anzahl von Touristen des ganzen Landes und aus Ausland zum Fest hinziehen.

Nach Corpocarnaval, der Tag der Schwarzen ist ein Tag im Jahr, an dem die spanische Krone der schwarzen Bevölkerung die Gelegenheit erlaubte, das Bestehende, den Alltag und die Sklaverei zu zerbrechen, der sie unterworfen wurden und den Geist befreien zu können und sich an seine afrikanische Tradition mittels des Spiels, des Tanzes und der Musik erinnern.

Corpocarnaval behauptet auch dass: „In Bezug auf der Feier des Tages der Weissen, diese entsteht am 6. Januar 1912. Durch einige adelige Mädchen, die spielten und Reispulver warfen, während sie riefen ¡hoch zu kleinen Weissen !. Dieser Ausdruck bleibt jetzt unter den Pastosos als Legat der mündlichen Tradition.“ CORPOCARNAVAL (2016)

1928 kommt die Familie Castañeda, die Reisende waren, die in die Stadt gekommen sind, und da sind sie mit ihrem Umzug und Dienstbarkeit geblieben. Die Bewohner in der Region haben feierlich die Familie Castañeda empfangen und sie bis zum Zentrum begleitet.

In den nächsten Dekaden erreicht die populäre Kunst eine führende Rolle in dem Karneval, und der einzigartige kreative Ausdruck der Handwerker wurde in monumentalen Papierplastiken verkörpert, die fahrenden Bühnen auf Autos geworden sind.

In den 50er Jahre erweben die Karosse Bewegung und größere Dimensionen. Der Meister Alfonso Zambrano war ein dankbarer und hervorragender Handwerker. Er war ein wichtiger Vorläufer, der einen neuen Ursprung vom Karneval erschafft hat.

In den 80er Jahre wurde die Notwendigkeit gesehen, eine Körperschaft zu schaffen, die Organisation und Ausführung des Karnevals übernahm und es wurde die Körperschaft Corpocarnaval geschaffen.

In den 90er Jahren hat der Kongress der Republik den Karneval als Kulturerbe der Nation erklärt und so wurde eine neue Epoche von diesem wichtigen Ereignisse erreicht, die charakterisiert mit Planung, Organisation, Verbreitung, Forschung und Modernisierung über des Projekts Karneval für die Welt und das Akkreditierungsprogramm des Karnevals wurde.

In dieser Weise verwandelte sich der Karneval in einen Raum des kulturellen Austauschs, in dem jedes Jahre einige charakteristische Elemente der Region, Geschichten, Erzählungen, Mythen, Legenden, Rituale, Persönlichkeiten und einzige Ausdrücke der Identität "Pastusa" gezeigt werden.

Durch die Kunst und die Kreativität macht man den Besuchern den gesellschaftlichen hohen Sinn und interkulturell Austausch mittels des Spiels, des Respektes und der Anerkennung für die Andere bekannt.

2. Marke:

2.1. Karneval der Schwarzen und Weißen:

Der Karneval ist ein wichtiges und bezeichnendes Image von Kolumbien vor der Welt, denn er fördert Marke „País Colombia“ auf nationalem und internationalem Niveau, darüber hinaus, treibt er den örtlichen Handel, weil es mehr als fünfzehntausend Arbeitsplätze erzeugt, eine Hotelbesetzung der 98 % und eine Zunahme von 70% in der formellen und informellen Wirtschaft am lokalen Ebene.

Die Körperschaft Corpocarnaval hat als Hauptziel Programme zu fördern und zu finanzieren um die größere Teilnahme der Touristen in den künstlerischen Aktivitäten vom Karneval zu erzeugen. Zudem wird es erwartet, dass mehr Touristen aus den europäischen Ländern kommen.

2.2. Kategorie: Touristisches Service:

2.2.1. Konsumverhältnis:

Der objektive aktuelle Markt konzentriert sich auf Männer und Frauen in jedem Alter mit europäischer Staatsangehörigkeit mit den nachfolgenden Interessen:

- Ethnische Vielfalt, Partys und Kulturelle Erfahrungen zu genießen.
- Beteiligung von künstlerische und spielerische Aktivitäten.
- Gewohnheiten und populäre Traditionen vom Südkolumbien kennen.

Außerdem ist diese Gelegenheit ausgerichtet zu Familien- oder Freundengruppe, die eine einmalige und unvergessliche Erfahrung leben wollen, während den Karnevaltage vom 4. bis 6. Januar und endet am 7. Januar mit dem „Cuy-Festival“ und das Bauernfest.

Dieser Dienst kann auf die folgende Weise erworben werden:

- Durch Internet.
- Für Geldmittel der Karten im Flughafen und Hotels.

2.2.2. Beschreibung des Services:

Karneval von Schwarzen und Weißen

2.2.3. Kaufverhältnis:

Corpocarnaval fördert die Promotion über das Internet oder durch wenigen privaten Unternehmen, um die Teilnahme der Touristen im Karneval von Schwarzem und Weißen zu fördern. Sie benutzen sozialen Netzwerke wie:

- Facebook.
- Twitter.
- Instagram.

Corpocarnaval Webseite gilt als Zahlungsmittel von Touristen Plänen.

2.2.4. Grundvorteil:



4. Januar: Parade - Familie Castañeda

Frühstück im Hotel

Januar wird aus der traditionellen Parade der Familie Castañeda getragen.

Es markiert das Willkommen und sie lädt alles ein, am Glück der Partei teilzunehmen.

Ort: Straße Alfonso Zambrano.

Konzert des Karnevals (optional)

Umfasst:

Es besucht Cocha.

Mittagessen.

Unterkunft.



5. Januar: Tag von Schwarzem - Spiel der Identität

Frühstück im Hotel

Es ist der Tag des Spiels des Schwarzen. Es wird die Brüderlichkeit und die Gleichheit erneuert, wo sie das Gesicht des Schwarzen ohne habenden distingos der Rennen Make-up angezogen, Glaubensbekenntnisse, keine wirtschaftlichen Bedingungen.

Konzert des Karnevals (optional)

Umfasst:

- Es besucht die Kirche von den Platten.
- Ich komme zum Hotel zurück.
- Mittagessen.



6. Januar: Tag von Weiß - Große Parade

Frühstück im Hotel

Großartige Parade des Bodensatzes, Verkleidungen, kollektive Choreographien, Prozessionen und Trainer. Maximaler Ausdruck der Kreativität der Handwerker des Karnevals von Grass

- Konzert des Karnevals (optional)

Umfasst:

- Mittagessen - Rumbanacht.

7. Januar



"mich und Rückkehr zu unserer Ursprungs Stelle aus"

- Übertragung zum Flughafen.

2.2.5. Grundvorteil und Evidenz:

2011 war der Karneval von Weißen und Schwarzem fähig 80% von Touristen in Hotelgebiet zu mobilisieren. Ab 28. Dezember kamen 341 Ausländer aus Italien, Vereinigte Staaten, der Schweiz und Taiwan mit kulturellen und kommerziellen Zwecken.

Untersuchungen des Goethe Instituts behaupten, dass Deutschland unter den Städten ist, die am meisten reisen. Zum Urlaub geben sie mehr Geld als die Touristen anderer Länder aus. Sie schätzen, dass das Personal der Hotels und Restaurants und die Touristenführer mit ihnen auf Deutsch sprechen sollten.

2.2.6. Verbrauchsgewohnheiten:

Diese Erfahrung ist einzigartig und unvergesslich für jede Person, die neue Kulturen gern kennen lernen. Das ist ein gastfreundlicher Raum wegen den offenen und netten Leuten von diesem Gebiet, was vom Karneval ein neues Zuhause macht, damit die Besucher sich wie bei Heimideal fühlen, zusammen mit dem Paar, mit Familiengruppe oder Freunden.

3. Target :

3.1. Spezielle Charakteristika des Kunden

Alter: zwischen 45 in 69 Jahren

Geschlecht: weiblicher und männlicher Mensch

Besetzung: pensioniert

Interessen Nagele: Die Deutschen sind im Allgemeinen erfahrene Reisende:

- Andere Kulturen kennen lernen.
- Neue Orte zu erforschen

- Die Deutschen sind große Verbraucher in Abenteueraktivitäten und Natur
- Die deutschen Bürger haben 30 Tage Urlaub pro Jahr im Durchschnitt.
- Eine Ferienreise zu machen, ist innerhalb des Vorrangs des deutschen Konsums.

Profil des Deutschen Touristen:

- Sie haben einen abenteuerlustigen Geist und interessieren sich sehr an neuen Reiseziele.
- Sie berücksichtigen den Umwelt Nachhaltigkeit als ein wichtiger Faktor, um eine Reise zu wählen.
- Sie fordern Dienst Standardhöhen vom Kunden.
- Sie fordern Respekt für ihre Zeit.
- Sie planen eine Reise von 3 bis 6 Monaten vor der Abreise.
- Generell verwirklichen sie seine Reserven mittels Reisebüros.

Gemäß dem Vorigen können wir beobachten, dass die Deutschen erfahrene Reisende sind. Sie sind streng mit dem Planen von touristischen Aktivitäten und Reisen, sie berücksichtigen die verschiedenartigen Angebote und sie entdecken gern ständig neue Reiseziele um die Welt.

Die Deutschen versuchen im Allgemeinen wie gesagt ihre Reisen im voraus zu planen:

9. 8 %	1 Jahr früher.
17. 7 %	9 Monate früher.
28. 5 %	6 Monate früher.

Der deutsche Unterhalt in Verstand die wichtigen Gefolgschafts Faktoren wenn das Wählen von Reisezielen, ein sonniges Klima, Ruhe, kulturelle und historische Denkmale, archäologischen Tourismus, Aktivtourismus, Berge, Spaziergänge zwischen anderen wählen.

Die Stadt von Pasto ist nach dem Süden - Westen von Kolumbien unterbracht. Ist in einer Höhe der 2. 527 msnm und eine Temperatur hat von 12 °C vermittelt.

Es hat eine schöne Aussicht Galeeren gegen den Vulkan. Hat eine starke religiöse in seinen Kirchen vorgestellte Tradition und majestätischen Tempeln. Die charakterisiert sich durch seine ruhigen Landschaften, natürliche Reserven, kulturelle und touristische Zentren, Handwerke, Karneval der Schwarzen und Weißen, und eine abwechslungsreiche Liste von erlesenen Tellern zum Probieren. Diese Charakteristika machen eine interessante und attraktive Stadt aus Bogota für jeden Reisenden, der dieses touristische Schicksal zu kennen wünscht und unvergessliche Erinnerungen zu haben.

3.2. Tägliche Routine des Rentner:

Name: Franz

Alter: 53 Jahre alt

Familienstand: Verheiratet

Beruf: Rentner

Hobbys: Kino, Theater zu lesen, tanzen, Musik zu hören, gehen, Käufe zu machen, mit Freunden auszugehen

Interesse: An Plaudereien und Konferenzen Anwesend zu sein, Kunstausstellungen, Museen reisen, Gesundheitswesen, medizinischen Untersuchungen, richtiger Ernährung.

Montag:

6:00 - 9:00 Uhr: Jeden Morgen steht er um viertel vor 6 auf. Er macht das Radio an und geht duschen.

9:00 - 11:00 Uhr: Dann frühstückt er einen Orangensaft und Toasts, aber manchmal nach dem Frühstück putzt er sich die Zähne. Franz liest die Zeitung.

12:00 - 17:00 Uhr: Jeden Montag und Freitag frühstückt Franz bei seinen Kindern und teilt mit ihnen den ganzen Nachmittag.

17:00 - 18:00 Uhr Franz kehrt nach Hause zurück

18:00 - 20:00 Uhr: Er macht den Fernseher an und macht das Abendessen.

20:00 - 22:00 Uhr: Um Viertel nach zehn sieht er die Nachrichten fern und dann geht er ins Bett.

Dienstag:

6:00 - 9:00 Uhr: steht er um viertel vor 6 auf. Franz frühstückt mit einem Kaffee mit Brot und liest die Zeitung.

9:00 - 10:00 Uhr: Er macht das Radio an und geht duschen.

10:00 - 12:00 Uhr: Franz geht zum Schwimmenunterricht.

12:00 - 13:00 Uhr: Franz nimmt eine Dusche wieder nach dem Schwimmen.

13:00 - 15:00 Uhr: Franz trifft seine Gemahlin und Freunde zum Frühstück.

15:00 - 17:00 Uhr: Er geht mit seiner Gemahlin durch die Stadt, sie besuchen ein Museum oder gehen einkaufen.

17:00 - 19:00 Uhr: Sie kehren nach Hause zurück und bereiten das Abendessen zu.

19:00 - 22:00 Uhr: Sie sehen die Nachrichten fern, sehen sich einen Film an oder lesen ein Buch

22:00 Uhr: Franz geht ins Bett.

Mittwoch:

6:00 - 9:00 Uhr: Franz steht auf, er macht das Radio an und frühstückt mit einem Kaffee mit gerösteten Brotschnitten und Marmelade.

9:00 - 10:00 Uhr: Er geht duschen. Dann geht er zusammen mit seiner Gemahlin in seiner ärztlichen Kontrolle, am ersten Mittwoch jedes Monats.

12:00 - 14:00 Uhr: Dann kehren sie nach Hause zurück und bereiten ein gesundes Mittagessen zu, das aus Pflanzen, Protein, mit einer angemessenen Nahrungsaufnahme von Kalorien besteht.

14:00 - 17:00 Uhr: Nach dem Frühstück unterhält sich Franz mit seiner Gemahlin, sie sehen zusammen fern oder lesen ein Buch.

17:00 - 21:00 Uhr: Franz geht weg, um Briefe zu spielen, sich zu unterhalten und mit seinen Freunden zu Abend zu essen.

21:00 - 22:00 Uhr: Er kehrt nach Hause zurück und teilt Zeit mit seiner Gemahlin vor dem Schlafen.

22:00 Uhr: Franz geht ins Bett.

Donnerstag:

6:00 - 9:00 Uhr: Franz steht auf, er macht das Radio an und frühstückt mit einem Kaffee mit gerösteten Brotschnitten und Marmelade.

9:00 - 11:00 Uhr: Franz geht zum Schwimmenunterricht

11:00 - 12:00 Uhr: Franz nimmt eine Dusche wieder nach dem Schwimmen

12:00 - 14:00 Uhr: Er trifft seine Gemahlin zum Frühstück.

14:00 - 18:00 Uhr: Franz genießt einen Nachmittag von Kino mit seiner Gemahlin

18:00 - 20:00 Uhr: Franz kehrt nach Hause zurück und bereitet das Abendessen vor

20:00 - 22:00 Uhr: Franz plant mit seiner Gemahlin die Tätigkeiten, die sie am Wochenende verwirklichen

22:00 Uhr: Franz geht zum schlafen.

Freitag:

6:00 - 9:00 Uhr: Franz steht auf, er macht das Radio an und frühstückt mit einem Kaffee mit gerösteten Brotschnitten und Marmelade. Franz liest die Zeitung

9:00 - 11:00 Uhr: Er geht duschen. Franz liest die Zeitung und alle Nachrichten und Artikel von Interesse.

12:00 - 17:00 Uhr: Jeden Montag und Freitag frühstückt Franz bei seinen Kindern und teilt mit ihnen den ganzen Nachmittag.

17:00 - 18:00 Uhr: Franz kehrt nach Hause mit dem Auto zurück

18:00 - 20:00 Uhr: Franz liest manches Buch oder surft im Internet.

20:00 - 22:00 Uhr: Franz isst mit seiner Gemahlin zu Abend und sieht später gegenüber Fernsehen an.

22:00 Uhr: Franz geht zum Schlafen ins Bett.

Am Wochenende steht Franz um 6 auf, dann frühstückt er und duscht sich, um zusammen mit seiner zu gehenden Gemahlin auszugehen, seine Kinder zu besuchen, in einem nahen Ort zu reisen, um sich zu erholen, sie verwirklichen Aktivitäten im Freien, zwischen anderen.

Mit der vorigen Information über Franz können wir bestimmen, dass die täglichen Tätigkeiten von einer in Deutschland pensionierten Person sind hauptsächlich von seiner Rente und von jedemerlebten Augenblick, mit dem Partner, den Kindern und Freunden zu

genießen; genauso, sich mit Tätigkeiten zu beschäftigen, die ihm Komfort, Ruhe, Wohlstand, Bequemlichkeit anpassen.

4. Marktpositionierung:

Kräfte	Chancen
<p>A. Corpocarnaval übernimmt die Verantwortung für das immaterielle Patrimonium der Stadt als wichtiger Mittel für die Erhaltung der Kultur.</p> <p>B. Eliturs ist eine Gesellschaft mit Erfahrung im Touristengebiet:</p>	<p>A. Corpocarnaval kann mit diesem Projekt die Gelegenheit und die Erfahrung haben, um das Bild des Landes zu verändern. Andererseits im Touristen Sektor neue Arbeitsplätze zu erzeugen, der eine</p>

<p>Planung, den Markt attraktiver machen, neue Stellen und Kulturen entdecken.</p> <p>C. Viajes Oxigeno ist eine Gesellschaft, die eine breite Vielfalt von Tourismusplänen anbietet.</p>	<p>gute Marktpositionierung erreicht.</p> <p>B. Eliturs hat Erfahrung darin, neue Märkte zu erforschen, um seine Dienste anzubieten.</p> <p>C. Viajes Oxigeno hat eine hohe Teilnahme im Touristenmarkt.</p>
Schwächen	Drohungen
<p>A. Corpocarnaval hat wenige Erfahrung im Markt des Tourismus.</p> <p>B. Eliturs bringt 8 Jahre und Anerkennung in den Touristenmarkt.</p> <p>C. Viajes Oxigeno besitzt Erfahrung und Positionierung im Markt, der Touristen pläne in der Stadt anbietet.</p>	<p>A. Die klimatischen Bedingungen können ein wichtiger Faktor sein, wenn sie Bestimmungsort in der Pasto Stadt einem Touristen wählen.</p> <p>B. Der bewaffnete Konflikt und das Bild, das Kolumbien vor anderen Ländern hat.</p> <p>C. Andere Länder mit ähnlichen Plänen, die wir anbieten, aber mit einem besseren Sicherheitsregister.</p>

5. Marketing:

5.1. Service:

5.1.1. Was verkaufen wir genau?

Eine größere Teilnahme von Touristen in den künstlerischen Tätigkeiten vom Karneval der Schwarzen und Weißen in Pasto, Nariño Kolumbien erzeugen, besonders Touristen aus den europäischen Länder wie Deutschland. Wir verkaufen einen Dienst im Umbruch der Premiumkarte, die in Hotels und/oder Flughäfen angeschafft sein kann.

Diese Karte schließt ein spezielles Dienstpaket ein, um aus dem Karneval von Schwarze und Weiße eine einzige und unvergessliche Erfahrung für die pensionierten deutschen Touristen zu machen, die einige Ferien außerhalb ihres Landes geniessen wollen.

5.1.2. Welche Wohltat bringt er den Kunden?

Die Premiumkarte schließt ein Dienstpaket und Wohltat ein, in Bezug auf die Bequemlichkeit der Personen, die sich einen vollständigen Plan anzuschaffen wünschen, um die beste Erfahrung des Karnevals zu erleben.

Die Wohltat dieser Premiumkarte ist:

- Flüge Hin und Rückreise
- Transport durch die Stadt mit Auto
- Aufenthalt 6 Tage - 5 Nächte
- Ernährung: Frühstück, Mittagessen und Abendessen
- Tätigkeiten:
 - ✓ Besuch von drei Werkstätten der Handwerker vom Karneval.
 - ✓ Besuch beim Platz vom Karneval.
 - ✓ Besuch des Museums vom Karneval
 - ✓ Architektonischer Rundgang durch die Stadt (Kirchen, Denkmale, historisches Zentrum).
 - ✓ Ausschließliche Einkommen in den künstlerischen Bühnen, die im Fußweg vom Karneval und der Platz von Nariño nach Programmierung für jeden Tag stattfinden.
 - ✓ Einkommen für die bevorzugten Stufenreihen im Fußweg vom Karneval um die

künstlerischen Paraden von 4. , an 5 und 6. Januar zu genießen.

- ✓ Touristischer Begleiter mit vortrefflicher Beherrschung der deutschen Sprache.
- ✓ Geschenk: Poncho, Mütze und Cuy in Keramik als Souvenir vom Karneval

- Reiseversicherung
- Mitgliedschaft

5.1.3. Welche Charakteristika bestimmen den Service?

Die Premiumkarte hat alles eingeschlossen, das heißt, die Kunden kümmern sich nicht von organisieren und die Flüge, Hotel und Tätigkeiten kaufen weil alles in der Karte enthalten ist. Das ist eine ausschließliche Karte für Kunden auch ausschließliche, wer will einen Plan mit hohe Dienst Niveau und Qualität genießen.

Vom besten Hotel der Stadt zu genießen, dass außerdem erschließt die Ernährung, gekocht von dem besten Chef der Stadt, wer die erlesensten und gesunden Rezepte vorbereiten wird.

Besuch der anerkanntesten Orte der Stadt mit ausschließlichem Eintritt in den Veranstaltungen und künstlerischen Paraden nur mit der Premiumkarte

5.2. Preis:

5.2.1. Wie viel ist es genau wert?

Der Wert der Karte Premium ist 2.650 €

5.2.2. Wie viel kostet etwas Ähnliches im Markt?

Im Vergleich mit dem aktuellen Markt bieten die Reisebüros Pläne oder touristische Pakete an aber sie schließen nicht alles ein, nur Flüge + Hotel, ohne Ernährung und die

Tätigkeiten sind extra. Die Touristen müssen in die Stadt kommen und die Pläne kaufen, um die Tätigkeiten zu genießen, die in der Region angeboten werden.

Das Vorige Rechnung enthält im Durchschnitt, der Wert der Passagen + Hotel ist von 1590,70€. Ernährung 637.50 € und Zusätzliche Tätigkeiten 390.50 €.

5.2.3. Ist das Service ausschließlich oder günstig?:- Warum?

Der Dienst der Premiumkarte ist für die deutschen Touristen ausschließlich, die pensioniert sind und wünschen seine Rente zu genießen, mit Ferienplänen von hoher Qualität und Dienst.

Unsere Kunden verdienen das Beste, deswegen bieten wir einen Plan mit Qualität an, um sie zu gestatten und sie wie zu Hause fühlen zu lassen.

5.3. Publizität / Förderung:

5.3.1. Von welcher Form werde ich mein Dienst bekannt zu geben?

Strategische Vereinigungen mit Marken, Unternehmen und/oder Einrichtungen mit einem objektiven Markt derselben Charakteristika, um die Werbung der Premiumkarte zu vermehren, beispielsweise, Hotels, Flughäfen und Restaurants.

Der Dienst wird mittels bekannt zu geben durch eine physische Broschüre mit den Charakteristika und Wohltat der Premiumkarte in Verbindung treten und die Daten des Kontaktes.

Ebenso, es werden die **Sozialen Netze** wie Facebook, Twitter, Instagram, um die Wohltat und Charakteristika der Premiumkarte zu verbreiten für die Personen, die interessiert sind,

diesen Dienst anzuschaffen und es seinen Eltern, Großeltern, pensionierten Freunden zu schenken.

YouTube-Video Beförderung für die Premiumkarte dadurch werden die Leitungen von sozialen Netzen, physische Leitung und Telefone des Kontaktes angegeben.

5.3.2. Wo sind unsere Kunden?

Unsere Kunden sind in den Hauptstädten von Deutschland wie Berlin und Frankfurt.

5.3.3. Können wir zu allen / zu allen Arten des Publikums kommen?

Ja es ist möglich, zu allen Arten des Publikums zu kommen aber es ist genau, zu klären, dass der Dienst der Premiumkarte nur gerichtet an die deutschen Rentner.

Die sozialen Netze zum Beispiel, erlauben, den Dienst zu allen Arten vom Publikum bekannt zu geben da, die durch Internet zusammenwirken, allgemein jung sind, Personal und Unternehmen, die mit Profil in den sozialen Netzen rechnen.

Die strategischen Vereinigungen mit anderen Unternehmen oder Einrichtungen sind auch eine vortreffliche Werbung, um zu jedem Menschen ankommen, der an der Karte interessiert ist.

5.4. Verkaufsstelle:

5.4.1. Welcher ist der Verkaufskanal und Vermarktungsformen?

Die Kunden werden von Chat in den sozialen Netzen, Telefonnummer (Handys) und physischer Leitung. Darüber hinaus, wir bieten die folgenden Zahlungsoptionen an:

- Kreditkarte oder EC-Karte: Zahlungen mit Karte oder EC-Karte vom Sparkonto. Zahlungen mit nationaler Kreditkarte oder internationales Visa, MasterCard, Diners Club und American Express.

- Konsignation oder Bankübertragung: die Zahlung durch Bankübertragung zu verwirklichen auf dem internationalen Niveau oder über die Übertragungsdienste online oder mittels Geldautomaten im Sparkonto 4347-2000000 oder im Girokonto 4850-13000000 Bank Bancolombia. Nachdem man die Konsignation verwirklicht, muss man den Beleg von Konsignation gescannt und geschickt werden zu unserer E-Mail corpocarnavalPasto@gmail.com.

6. Kreative Strategie

6.1. Identifizierung des Services:

Der Service, um zu fördern, ist der Karneval von Schwarzem und Weiß in Pasto.

6.2. Ziel der Kommunikation:

Unser Marktziel sind pensionierte Personen, die in Deutschland leben.

6.3. Angebot:

Als Strategie anwenden wir 10% Rabatt zum Kauf der zweiten Premiumkarte

6.4. Kreative Richtlinien:

- Farbe, Schriftart, Größe, Bild

Schwarze Farbe stellt Eleganz, Ernst und Rätsel dar. Es ist eine ausgezeichnete Farbe, um Ausschließlichkeitsbild zu geben.

Die gelbe Farbe stellt Glück, Intelligenz und Glück dar.

- Slogan: Unser Gesellschaft corpocarnaval benutzt den folgenden Slogan wie Strategie, um unsere Dienste zu fördern und zu unseren Klienten eine attraktive Atmosphäre zu schaffen.
Slogan "Pasto, eine unvergessliche Erfahrung".
- Heutzutage spielen die Medien eine wichtige Rolle im Thema der Öffentlichkeit. Die gesellschaftlichen Netze sind ein strategischer Hauptzugang für die Veröffentlichung dieses Dienstes.
- **Wo verkaufen?**

Dieser Dienst wird gedacht, in Hotels, Flughäfen und gesellschaftliche Netze durch unser Kartengeschenk zu kaufen, die den vollständigen Plan für unsere Reisenden einschließt, die im Karneval von Schwarzem und Weiß riskieren wollen.

➤ **Wann sollte dieser Dienst verkauft werden?**

Dieser Dienst sollte ein Jahr vor dem Ereignis im Markt sein, weil die Deutschen ihren Urlaub ein Jahr vorher vorbereiten.

6.5. Karte:



➤ Cover:



Pasta eine unvergessliche Erfahrung

Die Wohltat dieser Karte Premium ist:
Flüge Hinweg und Rückreise
Transport durch die Stadt in Auto
Aufenthalt: 6 Tage - 5 Nächte
Ernährung: Ich frühstücke, Mittagessen
und Abendessen
Tätigkeiten:

- Besuch von drei Werkstätten der Handwerker vom Karneval.
- Besuch der Platz vom Karneval.
- Besuch des Museums vom Karneval
- Architektonische Strecke durch die Stadt (Kirchen, Denkmale, historische Mitte).
- Ausschließliche Einkommen in den künstlerischen Bühnen unterbracht im Fußweg vom Karneval und der Platz von Nariño nach Programmierung für jeden Tag.
- Einkommen für die bevorzugten Stufenreihen unterbracht im Fußweg vom Karneval um die künstlerischen Paraden vom 4. , an 5 und 6. Januar zu genießen.
- Touristischer Begleiter mit vortrefflicher Handhabung der deutschen Sprache.
- Geschenk: poncho, Mütze und cuy in Keramik anspielende auf den Karneval

Reiseversicherung
Mitgliedschaft



7. Bibliografische Angaben / Quelle:

- PASTO. (23 de DICIEMBRE de 2016). *Alcaldía de pasto corpocarnaval de negros y blancos*. Obtenido de <https://www.carnavaldepasto.org/>
- (Abril2009). PMP *Turismo alemaniat– oficina comercial Hamburgo*. Obtenido de http://www.trekkingchile.com/download/cursos/m152_pmpturismo2009_alemania.pdf
- (EUROPA OCTUBRE 2010). *Turismo vacacional y operativo*. Obtenido de http://www.procolombia.co/seminarios/descargas/tur_europa.pdf
- (EUROPA OCTUBRE 2010). *Eurostat stadistics explained. turismo vacacional y operativo*. Obtenido de http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/es
- (13 DE MARZO 2015) *Seminario web “Alemania, mercado clave para el turismo en Colombia”*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/pasante/perfil-del-mercado-de-alemania>
- (2013). *Procolombia exportaciones turismo inversión marca país*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/mice/consejos-para-atraer-al-turista-aleman>
- (ACTUAL). ELITURS MI AGENCIA DE VIAJES. Obtenido de <http://eliturs.com/>
- (2010). *Viajes oxígenos turismo y ecoturismo “mayorista de turismo nacional e internacional”*. Obtenido de <http://www.viajesoxigeno.com/HOME.aspx>
- (2017). *El gran negocio. significado de los colores en el negocio*. Obtenido de <http://www.elgrannegocio.com/significado-de-los-colores-en-los-negocios/>

BILDLISTE

Tabelle 4.Januar: Parade - Familie Castañeda	11
Tabelle 5.Januar: Tag von Schwarzem - Spiel der Identität	12
Tabelle 6.Januar: Tag von Weiß - Große Parade	13
Tabelle 7.Januar	14
Tabelle FODA.....	21
Tabelle Karte Premium	29
Cover.....	30

