

MARKETING Y VENTAS EN LAS REDES SOCIALES EN EL SECTOR DE LA HOSTELRÍA Y TURISMO

30 HORAS

MÓDULO I: PLAN DE MARKETING DIGITAL 2.0 (15 horas)

1) MARKETING DEL SIGLO XXI:

-DEL OFF AL ON MARKETING

-CONOCIMIENTO DEL MERCADO Y SUS CONSUMIDORES

-VALORACIÓN MEDIOS -MEDICIÓN DE RESULTADOS -INDICADORES DE ÉXITO. KPIS

2) PLAN DE MARKETING DIGITAL:

-OBJETIVOS Y BREAFIG INICIAL

-TENDENCIAS DEL MARKETING DIGITAL

-PLANIFICACIÓN OBJETIVOS

- Y MEDIOS PLAN DE MARKETING

MÓDULO II: DESARROLLO DE REDES SOCIALES PARA LA EMPRESA TURÍSTICA (15 horas)

1) INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES:

- EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES

- ¿QUÉ TIPO DE REDES SOCIALES EXISTEN? ¿SON TODAS APTAS PARA MI NEGOCIO?

- ¿A CUANTOS CLIENTES PUEDO LLEGAR?

- INCONVENIENTES

2) REDES SOCIALES GENERALISTAS:

- FACEBOOK PARA LA EMPRESA
- GOOGLE +, LA HERRAMIENTA QUE NOS OFRECE GOOGLE

3) REDES SOCIALES PROFESIONALES, MICROBLOGGING Y OTRAS REDES

- HERRAMIENTAS PARA USO PROFESIONAL: LINKEDIN
- TWITTER Y PINTEREST PARA LA EMPRESA