



MARKETING Y VENTAS EN LAS REDES SOCIALES EN EL SECTOR DE LA HOSTELERIA Y TURISMO (30 HORAS)

Objetivo general del curso:

AL FINALIZAR EL CURSO, EL ALUMNO SERÁ CAPAZ DE CREAR, INTEGRAR Y DESARROLLAR LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECEN LAS REDES SOCIALES PARA PUBLICITAR LOS SERVICIOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO

Descripción de los Módulos Formativos

Módulo: PLAN DE MARKETING DIGITAL 2.0

Horas: 15

Contenidos Específicos:

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: DESARROLLO DE REDES SOCIALES PARA LA EMPRESA TURÍSTICA

Horas: 15

Contenidos Específicos:

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:

Página 2 de 6

- 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