

COMM08 MARKETING DIGITAL PARA EL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PROPIO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES



180,00 € - 250,00 €

El curso COMM08 Marketing Digital para el Posicionamiento del Producto Turístico propio de las Agencias de Viajes ofrece al alumno una formación especializada en la Familia Profesional del Comercio y Marketing. El curso COMM08 Marketing Digital para el Posicionamiento del Producto Turístico propio de las Agencias de Viajes permitirá al alumno mejorar sus conocimientos sobre las nociones y técnicas de marketing digital más habituales en las estrategias de las agencias de viajes.

Categorías: [Cursos online](#), [Turismo y Agencias de Viajes](#) |

INFORMACIÓN

Duración

4 h

Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DIGITAL PARA EL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO PROPIO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Conocimiento de las características y funciones básicas del marketing en la empresa y su refuerzo con la estrategia online, necesaria en la actualidad y de los conceptos básicos del marketing digital y reputación online.
2. - Definición y funciones del marketing.
3. - Acciones y valor del marketing digital.
4. - La reputación online.
5. - El marketing turístico en la comercialización de productos.
6. - El marketing turístico en la promoción de destinos.
7. Conocimiento de las características de las estrategias de comunicación en el marketing según la participación del cliente en las acciones planificadas, inbound marketing y outbound marketing.
8. - La participación del cliente.
9. - Marketing intrusivo.
10. - Inbound marketing.
11. - Outbound marketing.
12. Conocimiento de las características de las técnicas de gestión de campañas basadas en el análisis del tráfico del cliente en entornos digitales, campañas y retargeting.
13. - Análisis del comportamiento digital del cliente.
14. - Técnicas de remarketing.
15. - Desarrollo de campañas:
16. * Medición de resultados.

17. * La conversión.
18. Conocimiento de las diferentes herramientas que se utilizan para la composición de una estrategia de marketing digital, herramientas de marketing digital.
19. - Marketing conversacional.
20. - Marketing de influencers.
21. - E-mail marketing.
22. - Marketing en Redes sociales.
23. - Campañas de pago.
24. - Campañas de follow up.

