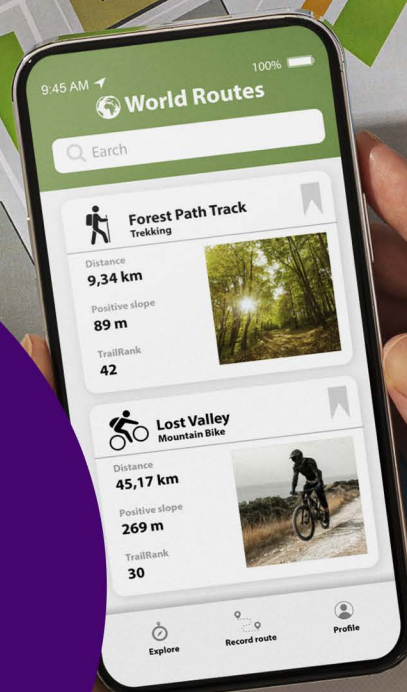


Marketing Turístico y Hotelero

Curso de Especialización



I. Presentación:

El Curso Especialización en Marketing Turístico y Hotelero aporta los conocimientos teóricos y prácticos requeridos para adaptar tu perfil profesional a una nueva realidad dentro del sector turístico en constante cambio debido al desarrollo del canal online y las nuevas formas de consumo de productos y servicios turísticos.

Una vez iniciada la formación el alumno aprenderá todas las áreas involucradas en la captación y fidelización de los huéspedes a través de Internet mejorando la posición competitiva del hotel y comprendiendo las verdaderas necesidades del cliente. Una vez finalizada la formación será capaz de desarrollar un plan de marketing digital capaz de atraer clientes, convertirlos y fidelizarlos ofreciendo una experiencia única y diferenciadora.

II. Dirigido a:

Estudiantes, egresados, profesionales en Turismo y Hotelería y público en general.

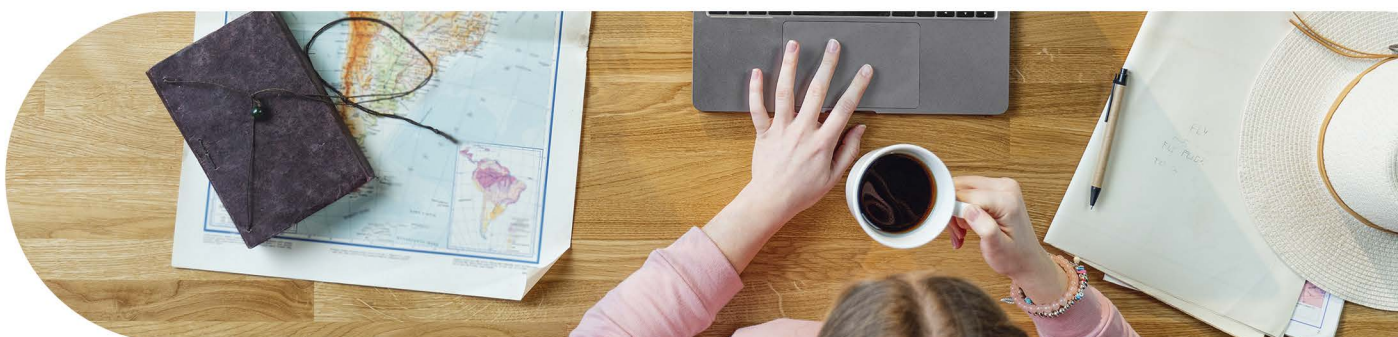
III. Metodología:

La metodología es virtual con clases sincrónicas a través de la plataforma Meet de Google. Metodología activa que promoverá el trabajo autónomo y cooperativo, así como el aprendizaje constructivista de tal manera que los participantes adquieran los conocimientos tomando como base sus experiencias previas.

En las dos últimas semanas se tendrán 14 horas presenciales para afianzar los conocimientos aprendidos.

Los contenidos están diseñados para garantizar un aprendizaje eficaz y ameno.

Además, tendrá un seguimiento y una tutorización personalizada, para que pueda consultar todas sus dudas sobre la especialización en Marketing Turístico y Hotelero.



IV. Duración:

El curso de especialización tiene una duración de 70 horas académicas, siendo 56 horas de clases virtuales síncronas en vivo y 14 horas presenciales de prácticas en taller.

Las 70 se desarrollarán en 8 semanas, 2 días a la semana, más 30 horas de monitoreo virtual. Se dictarán los viernes y sábados 4 horas diarias.



56 horas virtuales

56 horas virtuales síncronas con clases en vivo, las mismas serán grabadas y disponibles en la plataforma educativa de la Escuela Profesional.



70 horas total de capacitación

Entre las 56 horas de capacitación virtual y las 14 horas de capacitación presencial llegarán a los objetivos de brindar una capacitación completa y exitosa.



14 horas presenciales

14 horas presenciales en las últimas semanas de la capacitación a realizarse en los talleres de la Escuela Profesional. Estas clases presenciales afianzarán los conocimientos adquiridos en las clases virtuales.



V. Asistencia:

- La asistencia a las clases virtuales es necesaria, si no es posible asistir las clases quedarán grabadas en la plataforma de la Escuela Profesional.
- La asistencia a las clases presenciales es de manera obligatoria.

VI. Evaluación:

Se realizarán evaluaciones constantes de acuerdo con el avance del curso y módulo.

La evaluación es vigesimal siendo la nota mínima aprobatoria de 13 (trece) y la máxima de 20 (veinte)



VII. Contenido:

TEMAS		HORAS
MODULO 1 INNOVACIÓN EN TURISMO DIGITAL		
EL TURISMO DIGITAL Y DESTINOS INTENLIGENTES	Tendencias de la transformación digital del turismo.	6 HORAS
	Turismo digital y los destinos inteligentes.	
	Traveller journey y guest experience.	
SEO Y SEM	Uso de SEO en turismo y hotelería.	4 HORAS
	Uso de SEM en turismo y hotelería.	
METABUSCADORES: TRIPADVISOR, TRIVAGO Y GOOGLE HOTEL ADS	Introducción a los metabuscadores.	12 HORAS
	Factores a tener en cuenta en los Metabuscadores.	
	Funcionamiento de Tripadvisor.	
	Funcionamiento de Trivago.	
	Funcionamiento de Google Hotel Ads.	
	Comunicación telemática.	
MODULO 2 MARKETING TURÍSTICO DIGITAL		
INBOUND MARKETING Y MARKETING DE CONTENIDOS	Inbound Marketing.	8 HORAS
	Marketing de Contenidos.	
	Diferencia y relación entre Inbound Marketing y Marketing de Contenidos.	
	Estrategias de Inbound Marketing para Hoteles.	
ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA PARA HOTELES	La importancia del Social Media para hoteles.	8 HORAS
	Estrategias Social Media para hoteles.	
	Análisis de perfiles de redes sociales de hoteles.	

ANALÍTICA DIGITAL Y REPUTACIÓN ONLINE	Introducción a la analítica digital y reputación online.	12 HORAS
	La importancia de la analítica digital para los hoteles.	
	Google Analytics 1. Informes de Audiencia 2. Informes de Adquisición 3. Informes de Comportamiento	
	Reputación online 1. Claves para que un hotel adquiriera una buena reputación. 2. Ventajas de la gestión de una Reputación online.	
SISTEMAS CRM Y MARKETING AUTOMATION	Sistema CRM (Customer Relationship Management) 1. El papel del CRM en el Marketing de la empresa 2. Definición de estrategia CRM 3. Integración del CRM en la estrategia online 4. Elementos de un programa CRM	6 HORAS
	Marketing Automation 1. Lead Nurturing 2. Lead Scoring	
CLASES PRESENCIALES	Laboratorios de Centro de Computo.	14 HORAS
TOTAL DE HORAS		70 HORAS

VIII. Certificación:

Al finalizar el taller se otorgará una certificación por la cantidad de 100 horas, a nombre de la Escuela de Educación Superior Tecnológica privada Khipu como: "Especialización en Marketing Turístico y Hotelero"

IX. Inversión:

La inversión de la especialización es de S/ 280.00 para alumnos de la Escuela de Educación Superior Tecnológica privada Khipu y S/ 320.00 para público externo.

La inversión incluye el certificado físico.