Turismo 2.0: El turismo líquido

Objetivo:
Conocer los nuevos modelos turísticos. Entender la revolución del marketing de experiencias.
Valorar la importancia de los nuevos canales de distribución. Tendencias innovadoras en la oferta y la demanda Cuales son?
Cocreacion Por qué es necesaria?

Programa:
- 1. Generación de productos turísticos innovadores
- 2. Marketing emocional: Segmentación, microsegmentación y el turismo de experiencias
- 3. Modelos y nuevas tendencia en la gestión turística
- 4. Capital Humano su relevancia en experiencia turística
- 5. Redes Sociales su influencia en las 7 fases del viaje
- 6. Cocreación de productos turísticos

A quien va dirigido:
Emprendedores y empresas. Agentes del sector turístico.

Organiza: CEEI CASTELLÓN – CENTROS EUROPEOS DE EMPRESAS INNOVADORAS
Colabora: GENERALITAT VALENCIANA · C|d|T · Castellón MEDITERRÁNEO – PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO
Financiado por: GENERALITAT VALENCIANA · IMPIVA · UNIÓN EUROPEA Fondo Europeo de Desarrollo Regional – Una manera de hacer Europa
"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2007-2013"