



RED DE
CONJUNTOS HISTÓRICOS
DE LA PROVINCIA DE BADAJOZ

La acción formativa tendrá lugar en las siguientes localidades:

- Lunes, 10 de octubre: Olivenza. Centro Cultural El Convento (Plaza San Juan de Dios). De 9,30 horas a 13,30 horas.
- Lunes, 10 de octubre: Mérida. Centro Cultural Alcazaba, en Calle John Lennon, 5. De 17,00 horas a 20,00 horas.
- Martes, 11 de octubre: Zafra. Centro Integral de Desarrollo Zafra-Río Bodión, en Avda. Cameranos, 47. De 9,30 horas a 13,30 horas.

Duración: 3 horas

Destinatarios de la acción:

- Empresas relacionadas con el sector turístico tales como alojamientos, restauración, artesanía, agencias de viajes, comercios gastronómicos, guías turísticos, empresas de actividades de ocio y tiempo libre.
- Oficinas de turismo de los Conjuntos Históricos de la Provincia de Badajoz
- Museos y centros de interpretación de los Conjuntos Históricos de la Provincia de Badajoz.



ALBURQUERQUE



AZUAGA



BURGUILLOS DEL CERRO



FERIA



FREGENAL DE LA SIERRA



FUENTE DEL MAESTRE



JEREZ DE LOS CABALLEROS



LLERENA



MAGACELA



MÉRIDA



OLIVENZA



ZAFRA

CONTENIDOS

Bloque I. La Red de Cooperación de los Conjuntos Históricos de la Provincia de Badajoz. Una apuesta de futuro.

- Conocer la Red de Cooperación de los Conjuntos Históricos de la Provincia de Badajoz y el desarrollo futuro previsto.
- La estructura jurídica de la que se dota la Red.
- El ámbito de actuación de la Red: Los Doce Conjuntos Patrimoniales de la Provincia de Badajoz
- Las Rutas Turísticas de la Red.



Bloque II. El papel del empresariado en la Red de Cooperación de los Conjuntos Históricos de la Provincia de Badajoz.

- Que aporta la Red al sector empresarial.
- Clubes de producto turístico y aseguramiento de la calidad.
- Redes de cooperación.
- Generación de producto turístico.



Bloque III. Programación de acciones de marketing: promoción, comunicación y comercialización. El desarrollo de la marca turística

- El valor de la marca “Conjuntos Históricos de la Provincia de Badajoz”.
- La comunicación: El Plan de Medios.
- Segmentación de mercado.
- La promoción de la Red en el ámbito nacional e internacional.
- La comercialización.



CONTENIDOS

Bloque IV. Productos y experiencias turísticas.

- La Red y la mejora de la competitividad turística.
- Tendencias de mercado.
- El diseño de experiencias turísticas.
- Innovación, diferenciación y especialización turística.



Bloque V. Proceso de adhesión a la Red de los Conjuntos Históricos de la Provincia de Badajoz y creación de experiencias turísticas.

- Proceso de adhesión a la Red de Cooperación de los Conjuntos Históricos de la Provincia de Badajoz.
- Procesos para crear experiencias turística de la Red de los Conjuntos Históricos de la Provincia de Badajoz.
- Servicio de asistencia técnica que Magnus Nature prestará a las empresas para generar experiencias turísticas.

