

Educación Continua 2013

Curso de Marketing Turístico **- Modalidad a distancia -**

Características del curso

El turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento económico de las últimas décadas. Junto con esta tendencia se ha producido una diversificación y competencia de los destinos a nivel global. Esto conlleva y exige a quienes se desempeñan en esta industria un alto grado de profesionalización de las distintas actividades que deben desarrollarse para obtener rentabilidad en el negocio.

Este programa ejecutivo busca que los asistentes logren conocer y aprender acerca de las mejores prácticas del marketing turístico. Proponemos un cambio de paradigma con respecto a lo que en el inconsciente colectivo suele interpretarse como Marketing. Los contenidos se encuentran estructurados de lo general a lo particular, profundizando sobre las características específicas y los aspectos únicos que presenta la actividad turística.

El abordaje y dinámica de las clases, contemplan tanto teoría como práctica de los diferentes temas propuestos.

Determinar cuáles son las necesidades y deseos de los distintos mercados, establecer la propuesta de valor, realizar un correcto posicionamiento de marca, desarrollar programas de comunicaciones integradas, adquirir herramientas financieras y administrativas para desarrollar un negocio rentable son algunos de los temas que forman parte de la propuesta de aprendizaje.

Destinatarios

Empresarios, empleados de ventas y atención al cliente del sector turístico y funcionarios del sector público que deseen profesionalizar sus prácticas cotidianas.

Objetivos

Se buscará que los asistentes logren:

- Conocimientos para la creación de valor para el turista.
- Aprender a desarrollar un plan de marketing turístico.
- Descubrir las principales herramientas del marketing mix, aplicadas al negocio del turismo.

Contenidos Mínimos

El curso está compuesto por los siguientes módulos:

- **Módulo 1:** Introducción al marketing turístico.
- **Módulo 2:** El turista como cliente.
- **Módulo 3:** Canales y precio de los productos turísticos.
- **Módulo 4:** Comunicaciones integradas.
- **Módulo 5:** Plan de marketing turístico.

Programa completo

MÓDULO 1: Introducción al Marketing Turístico.

Objetivos:

Que los asistentes:

- Logren profundizar sobre el concepto de marketing turístico.
- Conozcan las características generales y específicas del turismo como negocio.
- Descubran la importancia de la percepción en la valoración de productos turísticos.

Contenidos:

Marketing. Evolución del concepto. Marketing turístico. Características de los servicios. Las 4ps del marketing: producto, precio, plaza, promoción. Marcas. *Cómo construir una marca poderosa. Beneficios emocionales de las marcas. Marca destino. Propuesta de valor. Cómo redactar un plan de marketing. Cómo realizar un adecuado análisis FODA, PEST.*

MÓDULO 2: El turista como cliente y sus características.

Objetivos:

Que los asistentes logren:

- Descubrir herramientas para la comprensión del comportamiento del turista.
- Destrezas para descubrir nichos de mercados y oportunidades de negocios
- Desarrollar propuestas de valor alineadas con necesidades detectadas en el mercado.

Contenidos:

Comportamiento del turista. Proceso de decisión de compra. Influencias internas y externas. Segmentación. Bases para realizar una adecuada segmentación. Concepto de posicionamiento y su importancia.

MÓDULO 3: Canales de Distribución y Precios en Actividades Turísticas

Lavalle 485, C1047AAI, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Tel/Fax: 4393-5588 /89 - E-mail: posgrados@ub.edu.ar
<http://executive.ub.edu.ar>

Objetivos:

- Comprender el carácter estratégico de la Distribución
- Conocer los Circuitos de Distribución característicos del Turismo
- Identificar los Formatos Comerciales, sus tendencias y dinámicas
- Manejar las herramientas disponibles para la gestión del Marketing de Canales
- Manejar las dinámicas esenciales para la determinación de Precios en Servicios
- Seleccionar estrategias Promocionales adecuadas
- Utilizar herramientas de Revenue Management (Administración de los Ingresos)

Contenidos

Distribución, funciones y flujos. Valor agregado por los Intermediarios. Negocios B2B y B2C en Turismo y sus particularidades. Tipos y políticas de Canales. Franquicias y Formatos Comerciales. Alineación de la Distribución con la Estrategia. Conceptos de Participaciones, Coberturas y Surtidos. Herramientas de Trade Marketing. Oferta y Demanda, dinámicas básicas de Precios, Elasticidad y Punto de Equilibrio. Enfoques para el establecimiento de Precios. Split de márgenes en la Cadena de Valor. Estrategias Promocionales. Manejo discrecional de Revenues.

MÓDULO 4: Comunicaciones Integradas

Objetivos

Que los asistentes logren:

- Descubrir la importancia de coordinar las comunicaciones de su negocio.
- Profundizar sobre las ventajas y características de cada una de las formas de comunicación.
- Reflexionar sobre las mejores prácticas en ventas.

Contenidos

Comunicaciones integradas de marketing. Definición y características. Cómo seleccionar medios y mensajes. Nuevas oportunidades. Internet. Redes sociales. Venta de intangibles. Tendencias actuales en ventas. Concepto de marca personal y su importancia. Comunicaciones interpersonales.

MÓDULO 5: Plan de marketing

Objetivos:

Que los asistentes logren:

- Comprender la importancia de desarrollar un plan de marketing turístico
- Poner en acción su plan.

Contenidos:

Plan de marketing ¿qué debería contemplar?. Análisis situacional y FODA. Desarrollar las 4ps del marketing. Plan de acción. Control y monitoreo del plan. Cómo redactar un plan de marketing turístico. Integración de los contenidos presentados en todo el curso.

Coordinación Académica

- GROTZ, Sonia

Lic. en Comercialización egresada de UADE, Coach Ontológico con orientación empresaria, profesora de educación preescolar, fundadora y directora comercial en Creativa Consulting. Maestría en Psicología Cognitiva y Aprendizaje con doble titulación en la Universidad Autónoma de Madrid y FLACSO. Docente en ITBA, UADE y UCA. Instructora de Programas Ejecutivos e In Company en la Escuela de Negocios de IDEA y el Ministerio de Turismo de la Nación.

Cuerpo Académico

- ALMADA, Jorge

Doctorado en Ciencias Sociales en curso, FLACSO; Postgrado en Marketing Estratégico, Univ. of San Diego, USA; MBA, IDEA; Ing. Electrónico, UTN. Trabajó en la dirección y gerencia de áreas de Operaciones y Comerciales, con responsabilidad para Latinoamérica y Caribe, en las industrias de consumo masivo y tecnología, en Coca-Cola, NCR, AT&T, International Game Technology y Bally Gaming and Systems. En el ámbito académico, profesor en maestrías, posgrados, study abroad programs y conferencista, en Supply Chain, Marketing y Distribución Comercial y Entrepreneurship, en ITBA, Univ. Nacional de La Plata, Univ. Torcuato Di Tella, Univ. de Palermo, IDEA, Univ. de Belgrano, CEA Global Education, Min. de Turismo de la Nación; Escuela Internacional Focus, Colombia; Univ. Católica Argentina y Univ. San Francisco Xavier, Perú.

- FUENTES CUIÑAS, Alejandra

Sólida formación académica. Actualmente cursando la Maestría en Psicología Cognitiva en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, con doble titulación con la Universidad Autónoma de Madrid. Cursando actualmente la especialización en clínica de Aiglé. Es licenciada en Comercialización y Psicología, egresada de la UADE y de las carreras de Contador Público y Lic. en Adm. de Empresas de UCA. Esta formación sumada a su experiencia le han permitido convertirse en docente de las carreras de Comercialización, Psicología y Administración de empresas, así como participar en el observatorio como investigadora de UADE. Actualmente se encuentra trabajando en la Universidad mencionada, en Tarjeta Shopping en el área de investigación de mercados, como terapeuta y de forma freelance para consultoras de prestigio.

Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.

Duración

30 horas, dividido en 15 clases de 2 hs.

Modalidad

- A distancia

Inicio

30 de Septiembre de 2013

Días de cursada

Lunes y Miércoles de 19 a 21 h.