

1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del programa:	Diplomado en Gestión del Marketing Turístico
Tipo de programa:	Administración de Empresas Turísticas
Facultad articulada:	Facultad de Administración y Ciencias Económicas
Duración:	110 horas
Público objetivo:	Gerentes de empresas relacionadas con el turismo como hoteles y hostales, OPC, restaurantes, agencias de viaje, centros comerciales, emprendedores, directivos de departamentos de mercadeo, empresarios, estudiantes y profesionales de administración de empresas turísticas, estudiantes y profesionales de mercadeo, comunicación, relaciones internacionales.
Justificación:	El turismo es considerado como el nuevo petróleo a nivel nacional, además de ser la industria de la felicidad y sin chimeneas, con índices de crecimiento ascendentes, lo que implica la identificación de oportunidades y retos, por lo que este diplomado propone herramientas para afrontar las diferentes tendencias, procesos empresariales y comerciales para la captación de clientes y el aprovechamiento del incremento en la demanda económica. Este diplomado está compuesto por tres enfoques (turismo, comunicación y mercadeo) cada uno a cargo de un docente conocedor, quienes combinarán sus conocimientos para permitir al asistente, la identificación y construcción de estrategias que generen valor y diferenciación a sus respectivas unidades de negocio.
Objetivo general:	Dar a conocer herramientas de marketing y comunicación, aplicables al turismo, como estrategias de fortalecimiento de la competitividad del sector, que promuevan la generación de valor para el visitante y el aumento de beneficios para los actores de la industria.
Objetivos específicos:	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar el panorama de oportunidades y retos para la industria turística, entendiendo los contextos locales, nacionales e internacionales ● Promover la dinamización de canales de comunicación y estrategias de mercadeo como aspectos fundamentales en la prestación de servicios turísticos, en pro de la generación de valor para el visitante y el destino. ● Estructuración del Plan de Mercadeo, con base en las herramientas brindadas, entendiendo la articulación Marketing - Comunicación - Turismo.
Conocimientos previos requeridos:	Gestión empresarial, gestión comercial, turismo, comprensión lectoescritura.

2. ESTRUCTURA

Módulo	Temas	Intensidad horaria
--------	-------	--------------------

CONTEXTO	<ul style="list-style-type: none"> ● Conceptos básicos: <ul style="list-style-type: none"> - Turismo - Mercadeo - Comunicación ● Panorama general del marketing turístico (el turismo en lo local, nacional e internacional) 	10 horas
MARKETING ESTRATÉGICO	<ul style="list-style-type: none"> ● Marketing estratégico turístico ● Inteligencia de mercados ● Conocimiento del consumidor ● Plan de mercadeo 1 	16 horas
TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> ● Normatividad turística ● Producto turístico ● Componente territorial (sostenibilidad y responsabilidad) y comercial, (formalidad y legalidad) ● Salida de campo 	18 horas
COMUNICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ● Experiencia del usuario ● Servicio al cliente ● Comunicación corporativa ● Relaciones Públicas ● Charla 	12 horas
TENDENCIAS DE MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> ● Turismo creativo y economías colaborativas ● E-Tourism ● Marketing digital ● Industrias 4.0 ● Economía naranja ● Innovación para el turismo ● Plan de mercadeo 2 	22 horas
MARKETING TURISTICO	<ul style="list-style-type: none"> ● Estrategia de precio ● Posicionamiento de marca y branding ● Comunicaciones integradas de mercadeo ● Medición de alcance ● Comercialización ● Plan de mercadeo 3 	24 horas
MARKETING TERRITORIAL	<ul style="list-style-type: none"> ● City branding (marca país y marca ciudad) ● Construcción de una marca territorial 	8 horas

3. METODOLOGÍA

El presente diplomado comprende la integración conceptual de metodologías activas de aprendizaje, además de proponer el constructivismo como base para la creación de conocimiento a partir de los conocimientos previos asociados al público objetivo, además de incluir talleres, análisis de casos y videos prácticos, salidas de campo, conferencias, charlas magistrales y trabajos aplicados al escenario empresarial del participante.