



UNDelta

Universidad Nacional del Delta

DIPLOMATURA en
Estrategias de Marketing
para Empresas Turísticas

PLAN DE ESTUDIO



1. Nombre de la Diplomatura

Diplomatura en Estrategias de Marketing para Empresas Turísticas

2. Fundamentación

El Delta del Paraná en la Provincia de Buenos Aires es una región única y de gran valor turístico, conocida por su belleza natural, su red de ríos y arroyos, y su rica cultura isleña. Esta Diplomatura en Estrategias de Marketing para Empresas Turísticas tiene como objetivo ayudar a los emprendedores turísticos del Delta a destacarse en un mercado competitivo, aprovechando las características únicas de la región para fortalecer su posicionamiento, atraer a más visitantes y mejorar el rendimiento de sus negocios.

3. Objetivo general:

Desarrollar estrategias de marketing adaptadas al posicionamiento del Delta como destino turístico que contribuyan a mejorar el rendimiento económico de los negocios.

3.1 Objetivos específicos:

- Comprender las características únicas del Delta del Paraná y su atractivo turístico.
- Identificar oportunidades de mercado y segmentos de público objetivo para los emprendimientos turísticos en la región.
- Implementar herramientas digitales y estrategias en línea para promover los servicios turísticos del Delta y aumentar la eficiencia operativa.
- Medir el impacto de las acciones de marketing y ajustar las estrategias según sea necesario para optimizar el rendimiento general de los emprendimientos.

4. Características de la oferta:

- Nivel académico: Pregrado
- Especificación de la modalidad: Semipresencial (Presencial y virtual)
- Asignación horaria total de la carrera (en horas reloj): 96 hs
- Nombre del Título a otorgar: Diploma en Estrategias de Marketing para Empresas Turísticas

5. Requisitos de ingreso

Título Secundario o Superior. Es deseable a los efectos de conformar la cohorte que los aspirantes estén vinculados laboral/profesional con las temáticas vinculadas al turismo o, hayan cursado (en situación completa o parcial) un terciario o universitario en alguna formación.

5.1 Destinatarios

Empleados de empresas turísticas.

Estudiantes de nivel superior universitario y no universitario interesados en la temática.

Profesionales del área del turismo, gastronomía, hotelería y servicios.

Mandos medios de Organizaciones de la Sociedad Civil, Cámaras Empresarias.

Funcionarios Gubernamentales de cualquier nivel: Nacional / Provincial / Municipal

Interesados en general.

5.2 Perfil del egresado

Los diplomados en Estrategias de Marketing para Empresas Turísticas podrá desempeñarse como gestor de propuestas de mejoras en la definición de estrategias de marketing para empresas turísticas, así como también su implementación. Estará capacitado para identificar los recursos disponibles en la empresa y utilizarlos de acuerdo con las necesidades específicas de cada empresa. El egresado no sólo realizará un proceso de asimilación de contenidos conceptuales, sino también podrá llevar un aprendizaje autónomo y resolver las problemáticas que resulten del análisis y su implementación.

6. Plan de estudio

MÓDULO

1: Desafíos y problemáticas del Delta

32 hs

CONTENIDOS MÍNIMOS

Contenidos mínimos: Introducción a la vida en los Deltas. Etapas en el desarrollo local de la región. Problemáticas ambientales, sociales, económicas y culturales del Delta del Paraná. Desarrollo urbanístico y sostenibilidad. El Delta como patrimonio natural: su cuidado y conservación. Protección y preservación de los humedales del Delta. Usos, impactos y conflictos del aprovechamiento actual del Delta. El Delta y su potencialidad productiva y turística. La mejora de la calidad de vida de las poblaciones del Delta.

MÓDULO

2: Marketing y Planificación de la Empresa Turística

24 hs

CONTENIDOS MÍNIMOS

Contenidos mínimos: Concepto. Marketing estratégico y marketing operativo. Necesidades de los consumidores y comportamiento. Segmentación de mercado. Herramientas de marketing. Ciclo de vida del producto. Previsión de la demanda. Estacionalidad. Estrategias de branding y posicionamiento. Publicidad tradicional vs. digital en turismo. Relaciones públicas y colaboraciones estratégicas

MÓDULO

3: Marketing turístico

20 hs

CONTENIDOS MÍNIMOS

Contenidos mínimos: Concepto. Posicionamiento web. Herramientas. Plan de marketing digital. Herramientas para la gestión de negocios digitales. Generación de contenido. Estrategias de contenido y moderación en redes sociales. Introducción a la analítica web: métricas y reportes. Canales de comunicación, optimización y administración. Inteligencia Artificial. Herramientas de análisis de datos en marketing turístico. Interpretación de métricas clave (ROI, conversiones, etc.). Técnicas para mejorar el rendimiento basadas en análisis de datos.

MÓDULO

4: Marketing digital

20 hs

Contenidos mínimos: Concepto. Posicionamiento web. Herramientas. Plan de marketing digital. Herramientas para la gestión de negocios digitales. Generación de contenido. Estrategias de contenido y moderación en redes sociales. Introducción a la analítica web: métricas y reportes. Canales de comunicación, optimización y administración. Inteligencia Artificial. Herramientas de análisis de datos en marketing turístico. Interpretación de métricas clave (ROI, conversiones, etc.). Técnicas para mejorar el rendimiento basadas en análisis de datos.

7. Aprobación y Certificación

La aprobación de la Diplomatura requerirá acreditar la cursada completa del plan de estudios y aprobar las instancias de evaluación diseñadas por el equipo docente. El diploma será expedido por la Universidad Nacional del Delta.