



## FUNDAMENTACIÓN

En un contexto de creciente competencia y digitalización del turismo, la calidad de la oferta ya no es suficiente si no se comunica de manera estratégica.

Las decisiones de viaje se gestan principalmente en entornos digitales, donde la visibilidad, el posicionamiento y la diferenciación resultan determinantes.

El marketing y la comunicación turística constituyen herramientas clave para construir identidad, transmitir valor y atraer visitantes. Su adecuada implementación no solo mejora la promoción de destinos y servicios, sino que también fortalece la experiencia del turista y la competitividad del sector.

## PROPÓSITO FORMATIVO

Los participantes lograrán comprender y aplicar herramientas de marketing y comunicación turística que les permitan desenvolverse en entornos digitales, mejorar la visibilidad y el posicionamiento de destinos o emprendimientos turísticos, y desarrollar estrategias básicas de promoción orientadas a fortalecer su inserción y desempeño en el sector.

## DESTINATARIOS

Prestadores directos e indirectos del turismo.

Estudiantes de carreras afines al Turismo, Marketing, Comunicación Social, Publicidad y Periodismo.

Estudiantes de nivel secundario con orientación en Turismo y Comunicación.

Comunidad en general.

## CAPACITADORAS

Lic. en Comunicación Social, Julieta Ferrero.

Lic. en Periodismo, María Jesús Mengo.

## EJES TEMÁTICOS Y CRONOGRAMA

1ra clase (14/05):

Módulo 1: Principios del Marketing y el Marketing Turístico.

Módulo 2: Estrategia de Marketing Digital

2da clase (21/05):

Módulo 3: Fundamentos y estrategia en redes sociales turísticas

Módulo 4: Gestión, planificación y crecimiento

3ra clase (28/05):

Módulo 5: Redacción persuasiva y storytelling para proyectos turísticos

## ENTREGA DE CERTIFICADOS Y MODALIDAD DE EVALUACIÓN

Se entregarán certificados de participación a quienes acrediten asistencia a un mínimo de 2 de las 3 clases y presenten el trabajo práctico final. La instancia de entrega del trabajo incluirá una devolución cualitativa por parte del equipo capacitador, sin calificación numérica.