

# Curso Marketing Turístico Digital

## Modalidad Horarios e Inicio de Clases:

- Inicio clases sábado 12 de Mayo 2025
- Clases e-learning
- 8 jornadas académicas (recuperación horario flexible)
- Horario: sábados desde las 19:00 a 21:00 hrs.
- Cada jornada corresponde 2 horas académicas de 45 minutos
- Finaliza el sábado 05 de Junio

## Plataformas de aprendizaje remoto:

- Creatividad Persuasiva
- Google Classroom
- Videoconferencia

## Requisitos Alumno:

- Nociones básicas de Marketing.
- Manejo usuario de Internet
- Tener cuenta Gmail

## Inscripciones y Convocatoria:

A partir del 17 de Abril hasta el 09 de Mayo

## Académico a cargo:

- Christian Schaefer. Publicista. Especializado en Marketing Estratégico y Planificación Estratégica de Medios. Licenciado en Comunicación Social. Diplomado en Pedagogía Universitaria. Director Instituto Alemán de Cultura. Magíster en Comunicación Estratégica. Fundador Rutas Patagónicas®

## Programa Académico

Curso de Inducción orientado a pequeñas y medianas empresas orientadas a la industria Turística.

### Objetivos de aprendizaje del Curso

- Gestionar una orientación comercial según satisfacción del cliente.
- Reconocer variables propias del marketing turístico.
- Ser capaz de definir objetivos, estrategias y políticas de marketing.
- Conocer y gestionar los distintos tipos de organizaciones turísticas.
- Comprender las bases del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, digital, laboral y económica.
- Identificar situaciones de marketing en las que se requiera levantar información.
- Elaborar un plan de e-marketing para una empresa.
- Aplicar las herramientas que proporciona el entorno Web 5.0 en el desarrollo de estrategias de marketing en la web colaborativa.
- Desarrollar estrategias de venta en línea y transacciones virtuales.
- Elegir apropiadamente las herramientas de comunicación electrónica y de marketing digital.
- Identificar los factores que intervienen en el ecosistema móvil y las ventajas e inconvenientes del marketing en movimiento.
- Comprender y valorar los aspectos clave en el diseño y ejecución de una oferta de servicios o productos virtuales.
- Identificar los diferentes estadios en el desarrollo de satisfactores e intangibles para la industria turística.
- Planificar y gestionar servicios outsourcing en la industria turística.
- Ser capaz de determinar estrategias de precios.
- Poder identificar las diferentes cadenas de distribución de productos y servicios turísticos.

- Distinguir las diferentes alternativas de comunicación persuasiva con las que estimular la demanda de servicios turísticos.
- Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos para desarrollar una planificación elemental de marketing digital.
- Saber utilizar informes de investigación según propósitos de marketing previamente establecidos.

Consultas y Postulaciones:

- [schaefer@creatividadpersuasiva](mailto:schaefer@creatividadpersuasiva) / +56984461286

[www.creatividadpersuasiva.cl](http://www.creatividadpersuasiva.cl)