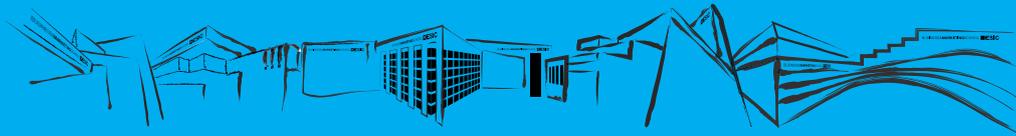


PROGRAMAS POSTGRADO

Programa Superior de Marketing Turístico [PSMT]

La especialización
que el sector turístico
estaba esperando

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  **ESIC**



BUSINESS & MARKETING SCHOOL



LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES DE ALTA CUALIFICACIÓN, FORJADOS CON VALORES ÉTICOS, JUNTO CON NUESTRA VOCACIÓN INVESTIGADORA SON LOS TRES PILARES SOBRE LOS QUE SE APOYA NUESTRO PROYECTO. NUESTRA ALTA VINCULACIÓN CON LA EMPRESA NOS HA PERMITIDO ENLAZAR DOCENCIA Y REALIDAD EMPRESARIAL, DOTAMOS A TODOS LOS PROGRAMAS DE LA FLEXIBILIDAD QUE PERMITE A LOS PROFESIONALES QUE SALEN DE NUESTRAS AULAS ESTAR REALMENTE CAPACITADOS PARA ENFRENTARSE A LOS RETOS DE LA EMPRESA MODERNA Y QUE AFRONTEN EL FUTURO CON POSIBILIDADES REALES DE ÉXITO. PROMOVEMOS UN ELEVADO NÚMERO DE ACTIVIDADES DONDE CONTAMOS CON LA PRESENCIA DE RELEVANTES MIEMBROS DE LA EMPRESA: CONFERENCIAS, FOROS, MASTERCLASSES, PRACTICE DAYS, ETC.

+40.000
ANTIGUOS ALUMNOS



9 CAMPUS EN ESPAÑA
2 CAMPUS EN BRASIL

5 ÁREAS DE ACTIVIDAD
GRADO / POSTGRADO / EXECUTIVE
EDITORIAL / IDIOMAS



+80 UNIVERSIDADES
DE TODO EL MUNDO
CON LAS QUE MANTENEMOS RELACIÓN

VINCULACIÓN
CON EL **MUNDO EMPRESARIAL**
Y FOMENTO DEL **EMPRENDIMIENTO**



FORMACIÓN
EN COMPETENCIAS DE LA
ECONOMÍA DIGITAL

PREMIOS ASTER
RECONOCIMIENTO DE LOS LOGROS
DE PROFESIONALES Y EMPRESAS



CLAUSTRO
DE PROBADA CALIDAD DOCENTE
Y PROFESIONAL

CONVENIOS
CON **+8.000 EMPRESAS**



HOY ES MARKETING [HEM]
ENCUENTRO ANUAL
DE PROFESIONALES DEL MARKETING

LA CALIDAD DE NUESTROS PROGRAMAS ESTÁ AVALADA POR ACREDITACIONES CONCEDIDAS POR INSTITUCIONES NACIONALES E INTERNACIONALES





// Programa Superior de Marketing Turístico

El sector del turismo tiene un importante protagonismo en la composición del PIB nacional.

Por ello, es importante disponer de profesionales bien formados y preparados para continuar impulsando a las empresas del sector, que a nivel país, están en la primera línea internacional.

ESIC, Business&Marketing School, asumiendo la importancia de este relevante sector en nuestra economía, impulsa el Programa Superior de Marketing Turístico (PSMT), con el objetivo de contribuir al crecimiento y desarrollo empresarial, potenciando la formación en marketing como punta de lanza del sector.

Objetivos:

- Aportar conocimientos en base a la experiencia del día a día de profesionales del sector.
- Dar a conocer y aplicar las herramientas de marketing del sector turístico.
- Desarrollar un Plan de Marketing de una empresa turística o actividad del sector.
- Dotar a los alumnos con un mayor nivel de empleabilidad en el mercado laboral del sector turístico.
- Aprender a desarrollar sus capacidades de un modo competitivo.

Público objetivo:

El programa se dirige a profesionales del sector del turismo y/o a licenciados/graduados en Turismo, Marketing, ADE, Publicidad y RR.PP. o disciplinas afines, que quieran desarrollarse profesionalmente en el sector.

Metodología:

El programa será impartido por una selección de profesores experimentados y cualificados, de empresas referentes del sector turístico, cuya experiencia compartirán con una metodología teórico-práctica, aplicando los conceptos, herramientas y técnicas más innovadoras de marketing en este sector.

El método del caso, los casos prácticos en equipos de trabajo, la discusión de situaciones reales y la exposición de los profesores, serán los ejes que permitirán que el alumno aproveche al máximo la formación, para poder consolidar los conocimientos que va adquiriendo y que se demostrarán a través de la elaboración de un completo Plan de Marketing del sector turístico como proyecto final, a presentar ante un tribunal de expertos.

Desarrollo del programa:

01// Marketing estratégico en entornos turísticos y de ocio. La orientación turista-cliente.

La importancia del marketing en el turismo:

- Marketing y turismo, dos conceptos, un resultado. La importancia del marketing en el turismo.
- Ámbitos de aplicación del marketing en los diferentes entornos turísticos.
- Entorno de la empresa turística. Situación actual, tendencias, agentes, nuevos modelos de negocio.
- El Plan de Marketing: análisis, diseño y ejecución de la estrategia de marketing.

La estrategia de marketing en el sector turístico:

- Análisis estratégico del comportamiento del turista actual.
- La segmentación del mercado turístico y el posicionamiento estratégico.
- Branding turístico: marca de destino o destino con marca.
- Análisis estratégico de los diferentes entornos turísticos.
- Análisis de la competencia en el sector turístico.

El cliente como centro de la actividad de marketing en el sector turístico:

- El servicio de atención al cliente.
- El marketing relacional y el sector turístico.
- Medición de la calidad del servicio: tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Fidelización.
- Las necesidades y expectativas del turista. La importancia de la experiencia.
- Marketing Experience y Customer Experience Management.

02// Marketing operativo y la integración de las herramientas on-off.

Adecuación del producto/servicio a la demanda:

- La gestión del portfolio de productos y servicios.
- Análisis del turismo desde la oferta. Importancia del análisis interno. Percepción de los atributos del servicio, del destino,... ¿son coincidentes?
- Estrategias de diferenciación.
- La servucción como componente del marketing en los servicios turísticos. Estrategias de crecimiento.
- El destino como producto turístico. La marca de los destinos. OMD y marketing turístico.
- La calidad como objetivo estratégico.

200

horas

6

meses

fines
de
semana

Programa Superior de **Marketing Turístico**

Revenue Management & Pricing Optimization:

- Factores condicionantes de la estrategia de precios en la empresa turística.
- La fijación del precio y las condiciones de venta en el sector turístico.
- La gestión dinámica del precio.
- Revenue & Yield Management.

Distribución/comercialización en el sector turístico:

- Canales tradicionales vs comercialización on-line.
- Los stakeholders de la comercialización turística. Situación actual y perspectivas de futuro.
- Sistemas verticales y alianzas en la distribución.
- Estrategias de distribución. Canales de intermediación vs venta directa. Comisiones desagregadas. Política, negociación y conflictos entre agentes de la comercialización turística.
- La gestión de ventas en la comercialización del producto/servicio turístico.

Internet como canal de distribución y venta:

- El comercio electrónico en el sector turístico.
- La venta directa.
- e-Commerce como canal intermediario. Portales de venta. Comparadores de precio.

Mobile Marketing:

- Nuevas plataformas de búsqueda y reserva. Buscando la interacción.
- El universo móvil: las apps.
- El Mobile Marketing y el Yield Management Mobile.

La comunicación 360° en la estrategia de marketing turístico:

- Estrategias de comunicación. La nueva forma de comunicar en el sector turístico.
- Marketing de contenidos: storytelling.
- La promoción turística como herramienta de comunicación.
- Otros instrumentos de comunicación off-line.
- Instrumentos de comunicación on-line.
- Plan de comunicación integrado.

e-Marketing en el sector turístico:

- La conectividad total. Escenario on-line y repercusión en el sector turístico.
- Estrategias y soportes del marketing digital en el turismo.
- Marketing de buscadores. Reputación on-line en el ámbito turístico.
- Marketing 2.0: la importancia del Social Media Marketing (blogs, foros, comunidades,...).
- La gestión de las redes sociales en el entorno turístico.

La orientación al cliente. Marketing 3.0:

- Marketing de relaciones.
- La gestión de los datos: el Big Data y el CRM, la combinación perfecta.
- Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD). Consideraciones jurídicas.

03// Finanzas para el marketing turístico.

La gestión económico-financiera en las empresas del sector turístico:

- *Los estados financieros.*
- *Peculiaridades de las empresas del sector turístico. Financiación.*
- *Estructura patrimonial. Masas patrimoniales.*
- *Análisis financiero del patrimonio. Principales ratios.*
- *Los procesos y los costes. Estructura de costes de empresas del sector turístico.*
- *Análisis económico. Cuenta de Resultados. Ratios de rentabilidad.*
- *Política presupuestaria. Cuadro de Mando. KPI's.*
- *El ROI, ¿he conseguido mis objetivos? Análisis valorativo de las acciones realizadas.*

// Conferencias sectoriales: Realidad empresarial.

Con el objetivo de conocer de primera mano la realidad de los diferentes segmentos del sector, se organizarán diversas conferencias y mesas redondas con profesionales relevantes de cada ámbito de actuación:

- Sector MICE, sombras y claros de una industria clave del turismo.
- Parques temáticos y de ocio: una visión integradora del turismo.
- Experiencias de ocio, los shopping centers.
- Turismo de Salud, un segmento en crecimiento.
- Turismo Gastronómico, un leit motiv con sabor.
- Hoteles rurales, un servicio diferenciado.
- La touroperación: sombras y claros de una industria clave.
- Las agencias de viaje y su lucha por la supervivencia.
- La adaptación al cambio de las líneas aéreas.
- "Rent a Car", un transporte en expansión.

PROGRAMA SUJETO A POSIBLES MODIFICACIONES.

esic.edu

 facebook.com/esic

 twitter.com/esiceducation

 tinyurl.com/ESIC-LinKedin

 plus.google.com/+EsicEs/posts

 instagram.com/esiceducation

 youtube.com/ESICmarketing

 www.esic.edu/etrends

ESIC Madrid

//Avda. Valdenigrales s/n
//Pozuelo de Alarcón · 28223 Madrid
//91 452 41 00

//Arturo Soria, 161 · 28043 Madrid
//executive@esic.edu
//91 744 40 40

ESIC Barcelona

//C/ Marià Cubí, 124 · 08021 Barcelona
//info@ismarketing.com
//93 414 44 44

ESIC Valencia

//Avda. de Blasco Ibáñez, 55 · 46021 Valencia
//info.valencia@esic.edu
//96 361 48 11

ESIC Sevilla

//Edificio de la Prensa
//Avda. de Carlos III, s/n. 41092 Isla de la Cartuja (Sevilla)
//info.sevilla@esic.edu
//95 446 00 03

ESIC Zaragoza

//Vía Ibérica, 28-34. 50012 Zaragoza
//info.zaragoza@esic.edu
//976 35 07 14

ESIC Navarra

//ESIC - CLUB DE MARKETING DE NAVARRA
//Avda. de Anaitasuna, 31 · 31192 Mutilva
//info.pamplona@esic.edu
//948 29 01 55

ESIC Málaga

//C/ Severo Ochoa, 49
//Parque Tecnológico de Andalucía · 29590 Campanillas
//info.malaga@esic.edu
//952 02 03 69

ESIC Bilbao

//CÁMARA DE COMERCIO DE BILBAO
//C/ Licenciado Poza, 17 · 48011 Bilbao (Vizcaya)
//formacion@camarabilbao.com
//94 470 24 86

ESIC Granada

//ESCUELA INTERNACIONAL DE GERENCIA
//C/ Eduardo Molina Fajardo, 20 · 18014 Granada
//master@esgerencia.com
//958 22 29 14