



Ministerio de Educación  
**Argentina**



**PROGRAMA DEL CURSO CORTO DE POSGRADO  
“MERCADOTECNIA TURÍSTICA, TURISMO SOSTENIBLE Y TECNOLOGÍAS  
APLICADAS A LA GESTIÓN TURÍSTICA”  
CAMPUS ARGENTINA GLOBAL.3066/OC-AR”**

**Datos de la Entidad:**

**Nombre:** UNIVERSIDAD DE CANTABRIA  
**Localización:** Cantabria (ESPAÑA)  
**Dirección:** Avda. de los Castros, s/n. 39005 Santander  
**Responsable Académico:** Jesús Collado Agudo



## 1. Introducción

El turismo constituye en la actualidad uno de los principales sectores económicos de Argentina, teniendo la consideración de un destino turístico descentralizado que requiere la coordinación entre los gobiernos municipales y los municipios turísticos. Por ello, se hace necesaria una propuesta formativa que contribuya al desarrollo y a la generación del empleo en sector. Para lograr este objetivo, la Universidad de Cantabria está interesada en realizar una propuesta formativa orientada al sector turístico en Argentina.

La gestión del sector turístico en Argentina genera importantes retos a los responsables públicos a nivel general, y los responsables de los negocios turísticos privados en particular. En concreto, se identifican dos grandes áreas de desarrollo para la propuesta formativa de plan de mercadotecnia del destino turístico:

Área estratégica	Área operativa
<ul style="list-style-type: none"><li>● Clarificación de la visión, misión y valores del proyecto turístico en Argentina</li><li>● Delimitación del mercado de referencia</li><li>● Análisis interno: recursos y capacidades de Argentina</li><li>● Análisis externo: evaluación de los factores del macro y microentorno</li><li>● Diagnóstico de situación: Análisis DAFO del proyecto turístico en Argentina</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Delimitación de los objetivos y estrategias de marketing</li><li>● Planificación de marketing de Argentina como destino turístico</li><li>● Desarrollo del turismo sostenible y responsabilidad social</li><li>● Aplicación de tecnologías a la gestión turística</li><li>● Aplicación del enfoque de destino turístico inteligente</li></ul>

## 2. Objetivo de la propuesta

El objetivo principal de la propuesta consiste en capacitar a los participantes en las estrategias de desarrollo y promoción de destinos turísticos para desarrollar los proyectos de atracción de turismo en Argentina, utilizando casos de éxito del turismo a nivel mundial. Para ello, se resaltan tres características principales de la misma:

- Garantía. Propuesta elaborada por la Universidad de Cantabria.
- Enfoque profesional. Se propone una modalidad de impartición “híbrida”, a través de la combinación de acciones formativas (presenciales y a distancia) y dinámicas participativas orientadas a obtener un resultado final de formación.
- Especificidad. Se realiza una propuesta “a medida” con un enfoque teórico-práctico que permite la implicación de los participantes para dejar capacidad instalada en Argentina en el área turística.



### 3. Descripción de la propuesta formativa

La propuesta formativa planeada está compuesta por dos fases, de acuerdo con la siguiente tabla:

Fase	Descripción	Modalidad
Fase 1	Desarrollo de la acción formativa presencial: Enfoque estratégico	Presencial en Argentina 30 horas de formación
Fase 2	Desarrollo de la acción formativa a distancia: Enfoque operativo	A distancia 81 horas de formación

En total, la propuesta incluye **111 horas totales de formación**, que incluyen las actividades formativas de las fases 1 y 2. A continuación se realiza una explicación más detallada de cada fase a desarrollar.

### 4. Metodología y contenido de la propuesta

#### 4.1. Fase 1. Desarrollo de la acción formativa presencial: Enfoque estratégico

La fase 1 hace referencia a la formación presencial en Argentina, de acuerdo a las siguientes características metodológicas:

Característica metodológica	Descripción
Modalidad formativa	Enfoque de Co-Creación; combinación de sesiones formativas con dinámicas interactivas de trabajo en grupo
Integrantes de la acción	Muestra representativa de estudiantes argentinos con intereses turísticos en Argentina
Número de participantes	Según criterio de la entidad organizadora
Número de formadores	2 profesores de la Universidad de Cantabria y 1-2 profesores de Argentina
Procedimiento de selección	Según criterio de la entidad organizadora, con la colaboración de miembros del equipo técnico
Lugar	Facultad de Ciencias Económicas / Universidad Nacional de Córdoba
Espacios necesarios	Aula de formación flexible (espacio, proyector, flip chart, etc.), a determinar por la entidad organizadora
Duración	30 horas en formativo intensivo de 5 días (6 horas al día).
Propuesta de planificación	Entre el 21 y 25 de marzo de 8 a 14 h



Los contenidos a desarrollar en la acción formativa presencial son los siguientes:

1. Introducción a mercadotecnia turística.
2. Análisis estratégico del sector turístico y opciones estratégicas de las empresas del sector.
3. Comportamiento del consumidor turístico.
4. Promoción y canales de distribución de servicios turísticos.
5. Mercadotecnia turística: desarrollo del destino turístico como producto.
6. Estrategia turística integral de la política pública: construcción de capacidades que faciliten la coordinación entre destinos.

#### 4.2. Fase 2. Desarrollo de la acción formativa a distancia: Enfoque operativo

La fase 2 hace referencia a la formación a distancia, de acuerdo a las siguientes características metodológicas:

Característica metodológica	Descripción
Modalidad formativa	A distancia, no se requiere presencia física en la Universidad de Cantabria
Recursos	Gestión del programa con recursos facilitados por el Centro de Formación en Nuevas Tecnologías de la Universidad de Cantabria (CeFoNT)
Aula virtual	Moodle
Herramienta de videoconferencia	Teams
Número de módulos	3
Contenidos	Módulo 1. Planificación de marketing de destinos turísticos Módulo 2. Turismo sostenible Módulo 3. Tecnologías aplicadas a la gestión turística: Destinos turísticos inteligentes
Duración	6 semanas para cada módulo (18 semanas en total)
Propuesta de planificación	Módulo 1. Del 25 de abril al 5 de junio Módulo 2. Del 6 de junio al 17 de julio Módulo 3. Del 15 de agosto al 25 de septiembre



Los contenidos a desarrollar en cada uno de los tres módulos a distancia se detallan en la siguiente tabla, con identificación de objetivos y resultados de aprendizaje de cada uno:

Módulo	Objetivos	Resultados de aprendizaje	Contenidos
Módulo 1. Planificación de marketing de destinos turísticos	Comprender el proceso de planificación de marketing de un destino turístico. Saber realizar un diagnóstico estratégico para un destino turístico. Saber desarrollar políticas tanto de promoción como de comercialización para un destino turístico.	Los estudiantes aprenderán la planificación de marketing de un destino turístico, abordando tanto la dimensión estratégica como la operativa (promocionalización turística).	Nuevos enfoques en la gestión de los destinos turísticos. Diagnóstico interno y externo de los destinos turísticos. Puesta en valor de los recursos turísticos. Herramientas y canales de promoción y comercialización turística.
Módulo 2. Turismo sostenible	Identificar los nuevos retos del turismo, con el enfoque sostenible como paradigma dominante Comprender el alcance del turismo sostenible y sus dimensiones estratégicas Conocer cómo poner en marcha un programa de turismo sostenible	Los estudiantes profundizarán en el alcance del turismo sostenible, actores que intervienen, dimensiones e implicaciones prácticas	El turismo sostenible como paradigma de gestión turística Dimensiones del turismo sostenible y actores participantes Variables operativas del turismo sostenible
Módulo 3. Tecnologías aplicadas a la gestión turística: Destinos turísticos inteligentes	Entender el concepto y modelo integral de gestión inteligente de los destinos turísticos Conocer las principales áreas de aplicación de las tecnologías inteligentes en la gestión de los destinos Conocer aplicaciones específicas de tecnologías para la valorización de los recursos turísticos	Los estudiantes adquirirán un conocimiento general del modelo de gestión de destinos inteligentes y de las aplicaciones tecnológicas específicas en diferentes ámbitos y recursos turísticos.	Concepto y contenido de ciudades y territorios inteligentes Modelo integral de gestión de destino turístico inteligente Aplicaciones específicas de gestión inteligente en los destinos turísticos Tecnologías aplicables a la valorización de recursos y experiencias turísticas.

Finalmente, se muestra la distribución de la actividad formativa de la fase 2, con detalle de las horas por módulo y totales para las dos modalidades propuestas (modalidad síncrona y modalidad flexible).

Actividad	Horas por módulo	Horas totales fase 2
<i>Modalidad síncrona</i>		
Sesión videoconferencia	18 h. (3 h/semana)	54 h.
Sesión tutoría online	6 h. (1 h/semana)	18 h.
Test de autoevaluación	3 h. (0,5 h/semana)	9 h.
<b>Total horas modalidad síncrona</b>	<b>27 h.</b>	<b>81 h.</b>



<i>Modalidad flexible (estimado)</i>		
Lecturas y resolución de casos	12 h.	36 h.
Participación en foros y RRSS	4 h.	12 h.
Realización de actividades de evaluación	15 h.	45 h.
Trabajo autónomo del estudiante	25 h.	75 h.
<b>Total horas modalidad flexible (estimado)</b>	<b>56 h.</b>	<b>168 h.</b>
<b>Total horas del estudiante</b>	<b>83 h.</b>	<b>249 h.</b>

La actividad síncrona semanal se desarrollará en dos días (a determinar al inicio de cada módulo), con la siguiente distribución de horas:

<i>Modalidad síncrona</i>	<b>Día 1</b>	<b>Día 2</b>
Sesión videoconferencia	1,5 h.	1,5 h.
Sesión tutoría online	0,5 h.	0,5 h.
Test de autoevaluación	0	0,5 h.
Total horas por día	2 h.	2,5 h.

Las horas de impartición serán en horario de mañana de Argentina (entre las 8 y las 15h), estableciéndose el detalle concreto de la distribución horario de las sesiones al inicio de cada módulo. Para facilitar el seguimiento del curso, las sesiones de videoconferencia y de tutoría online serán grabadas y estarán a disposición del estudiante durante la duración del módulo en la plataforma de formación.

## 5. Organización y dotación de personal.

El equipo de trabajo propuesto para la ejecución de este proyecto está compuesto principalmente por Personal Docente de Investigador de la Universidad de Cantabria, en concreto del Grupo de I+D+i “Inteligencia de Marketing” (<https://www.inteligenciademarketing.unican.es/>). En concreto, los participantes por parte de la Universidad de Cantabria son los siguientes:

Dr. Jesús Collado Agudo. Profesor Titular de Universidad.

Dr. Ángel Herrero Crespo. Catedrático de Universidad

Dra. María del Mar García de los Salmones Sánchez. Profesora Titular de Universidad.

Dr. Héctor San Martín Gutiérrez. Profesor Titular de Universidad.

Dra. Andrea Pérez Ruíz. Profesora Contratado Doctor.

Dra. Patricia García Martínez de Leániz. Profesora Ayudante Doctor.

La coordinación técnica del proyecto correrá a cargo de D. José Antonio Fernández Vázquez, Socio Director de Ekin Consulting.



Ministerio de Educación  
**Argentina**



También participarán como docentes tres personas de la República de Argentina, tanto en la fase presencial como en la fase a distancia. Se trata de las siguientes personas:

Dr. Enrique Carlos Bianchi. Docente e Investigador de la Universidad Nacional de Córdoba.

Dra. Marina Zanfardini. Docente e investigadora de la Universidad Nacional del Comahue.

D. Héctor Leonardo de Benedictis. Profesional independiente con dilatada experiencia en gestión turística en Argentina.