



## GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

**SKU:** 3925-28\_V2

**Horas** [50](#)

### OBJETIVOS

- Entender el concepto de destino turístico, qué tipos existen y como se analizan.
- Desarrollar eficazmente los recursos turísticos.
- Analizar las opciones de crecimiento de un destino turístico.
- Realizar inversiones en el sector turístico
- Planificar los destinos turísticos y analizar el ciclo de la vida de los destinos
- Saber que es el turismo sostenible y comprender la importancia en la gestión de los destinos.
- Analizar las acciones competentes de los órganos de gestión de un destino
- Conocer los sistemas de gestión de calidad turística.
- Estudiar los ejes prioritarios en el desarrollo de destinos turísticos competitivos.
- Saber cómo se organizan los sistemas de información en destino y las tendencias del sector relativas a la información que se proporciona al turista.
- Analizar la importancia de la capacidad de acogida del turista y las sinergias que se manifiestan en su mayor satisfacción y recomendación del destino.
- Analizar la transformación de los destinos turísticos en los últimos años gracias al desarrollo de las TICs.
- Desarrollar múltiples estrategias de posicionamiento de los destinos turísticos e identificar las fases para desarrollar una sólida estrategia de marca de destino.
- Comprender las principales herramientas de comunicación del sector turístico y las claves para acceder al turista

actual.

- Analizar la importancia de las Redes Sociales en la gestión turística.

## CONTENIDO

### **UD1. Introducción a los destinos turísticos**

1. Concepto, naturaleza y tipología de destino turístico
2. Estudio de los destinos turísticos
  - 2.1. Análisis externo
  - 2.2. Análisis interno
  - 2.3. Interacción de los recursos en el destino
3. Proceso de desarrollo de los recursos turísticos
4. Análisis DAFO
5. La matriz de crecimiento y participación del Boston Consulting Group

### **UD2. Planificación de destinos turísticos**

1. Inversiones en turismo
2. Planificación de acontecimientos turísticos
3. Mercados turísticos
  - 3.1. Identificación de mercados
  - 3.2. Control y seguimiento del mercado
4. Ciclo de vida de los destinos turísticos
5. Relación entre medios de comunicación y creación de imagen del destino turístico
6. Gestión sostenible de los destinos turísticos
  - 6.1. Desarrollo de la sostenibilidad

## 6.2. Importancia del turismo sostenible como factor en el desarrollo de un destino

### **UD3. Gestión de destinos turísticos**

1. Plan de gestión de un destino: Modelo VICE
2. Gestión de la calidad integral
  - 2.1. El sistema Europeo de Gestión de Calidad en Destinos Turísticos
  - 2.2. El plan de calidad de un destino turístico
  - 2.3. El modelo de gestión integral de la calidad de un destino
3. Gestión de destinos turísticos competitivos.
4. Gestión de los servicios de información
  - 4.1. Las oficinas de información turística
  - 4.2. La calidad de los puntos de información
5. Acogida del turista

### **UD4. El Marketing del destino**

1. La transformación de los destinos
  - 1.1. Destinos inteligentes: importancia de las Smart Cities
  - 1.2. Destinos colaborativos (P2P).
2. EL marketing estratégico del destino
  - 2.1. El posicionamiento del destino turístico
  - 2.2. Estrategias de creación de imagen del destino
3. La comunicación turística 2.0.
  - 3.1. Claves para llegar al turista actual
  - 3.2. El plan de comunicación 2.0 del destino: El Storytelling
4. La estrategia del Inbound Marketing
  - 4.1. El marketing de contenidos

## 5. La estrategia de Redes Sociales del destino