ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Marca Turística de Destino: Identidad, Posicionamiento y Plan de Promoción Institucional

6 ECTS | 150 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con este Curso de Formación Permanente en Marca Turística de Destino y adquiere una visión estratégica completa sobre cómo construir, gestionar y proyectar la identidad de un territorio en el competitivo mercado turístico actual. En ICUFOR entendemos que los destinos necesitan diferenciarse mediante marcas sólidas que conecten emocionalmente con los visitantes y generen valor sostenible para las comunidades locales.

A lo largo de esta formación, profundizarás en los fundamentos del marketing turístico experiencial, la construcción de identidades de marca auténticas y el análisis de la imagen percibida por los visitantes. Dominarás técnicas de segmentación de mercados, posicionamiento estratégico y diferenciación competitiva, aprendiendo a desarrollar propuestas de valor únicas que destaquen frente a destinos rivales.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del marketing turístico y la gestión estratégica de destinos, analizando sus actores, tipologías y modelos de gobernanza.

Diseñar la identidad de marca de un destino turístico, integrando elementos visuales, verbales, patrimoniales y procesos participativos de cocreación.

Elaborar diagnósticos estratégicos del entorno competitivo del destino, segmentando mercados emisores e identificando ventajas competitivas sostenibles.

Dominar las estrategias de comunicación institucional y marketing digital para la promoción del destino, incorporando herramientas convencionales, canales online y tecnologías emergentes.

Definir el concepto y el valor estratégico de la marca de destino turístico, diferenciando sus dimensiones constitutivas y modelos de arquitectura de marca.

Analizar la imagen percibida del destino turístico, aplicando metodologías de investigación para detectar brechas entre identidad proyectada y percepción real del visitante.

Fundamentar el posicionamiento estratégico del destino en mercados competitivos, formulando propuestas de valor diferenciadoras y estrategias de reposicionamiento.

Diseñar, implementar y evaluar un plan de promoción institucional del destino turístico, aplicando indicadores de rendimiento, criterios de sostenibilidad y mecanismos de retroalimentación estratégica.

Temario

01 Fundamentos del marketing turístico y la gestión estratégica de destinos

1.1. El turismo como sistema económico y social: actores clave y dinámicas de mercado
1.2. Evolución del marketing turístico: del enfoque transaccional al relacional y experiencial
1.3. Concepto y tipologías de destino turístico según su naturaleza y madurez
1.4. La gobernanza del destino: organismos de gestión, coordinación institucional y modelos de organización

02 La marca de destino turístico: concepto, dimensiones y valor estratégico

2.1. Conceptualización de la marca de destino turístico: definición, naturaleza y alcance
2.2. Diferencias y relaciones entre marca de destino, marca territorio, marca ciudad y marca país
2.3. Dimensiones constitutivas de la marca de destino turístico
2.4. El valor de marca (brand equity) aplicado a destinos turísticos
2.5. Arquitectura de marca en destinos turísticos complejos y multidimensionales
2.6. Análisis de casos internacionales de referencia en marca de destino turístico

Temario

03 Identidad de marca de destino: construcción y elementos configuradores

3.1. El concepto de identidad de marca aplicado al contexto del destino turístico
3.2. Modelos teóricos para la construcción de la identidad de marca de destino
3.3. Patrimonio natural, cultural e histórico como base identitaria del destino
3.4. Valores, personalidad y atributos diferenciadores de la marca de destino
3.5. Elementos visuales y verbales de la identidad de marca de destino
3.6. Participación de los agentes locales en la definición de la identidad de marca
3.7. Manual de marca de destino: estructura, contenidos y criterios de aplicación práctica

Temario

04 Imagen percibida del destino turístico y su relación con la marca

4.1. Concepto y proceso de formación de la imagen del destino turístico
4.2. Modelos teóricos de formación y modificación de la imagen del destino turístico
4.3. Relación entre imagen proyectada, imagen percibida y experiencia real del visitante
4.4. Reputación del destino turístico en el entorno digital y mediático contemporáneo
4.5. Metodologías de investigación para la medición y el análisis de la imagen de destino
4.6. Estrategias para alinear la imagen percibida con la identidad de marca deseada

Temario

05 Análisis del entorno competitivo y segmentación de mercados turísticos

5.1. Análisis del macroentorno del destino turístico: factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales
5.2. Análisis del microentorno competitivo: destinos rivales, sustitutivos y complementarios
5.3. Diagnóstico estratégico integral del destino: análisis DAFO aplicado a la marca turística
5.4. Segmentación de la demanda turística: criterios, tipologías y enfoques
5.5. Investigación de mercados turísticos: fuentes, técnicas e instrumentos de recogida y análisis de datos

Temario

06 Posicionamiento estratégico del destino turístico en mercados competitivos

6.1. Concepto y relevancia del posicionamiento en la estrategia global de marca de destino
6.2. Modelos y enfoques teóricos de posicionamiento aplicados a destinos turísticos
6.3. El mapa perceptual como herramienta de análisis y visualización del posicionamiento
6.4. Estrategias de diferenciación competitiva frente a destinos rivales directos
6.5. Estrategias de reposicionamiento de destinos turísticos
6.6. Formulación de la propuesta de valor única del destino turístico
6.7. Integración del posicionamiento en la estrategia global de marca y en la planificación promocional

Temario

07 Estrategias de comunicación institucional y promoción del destino turístico

7.1. La comunicación integrada de marketing aplicada a la promoción institucional del destino
7.2. Herramientas y canales de comunicación y promoción turística institucional
7.3. Storytelling y narrativa de marca como eje vertebrador de la comunicación del destino
7.4. Colaboración público-privada y coordinación institucional en la promoción del destino turístico
7.5. Comunicación responsable, veraz y ética en la promoción de destinos turísticos

Temario

08 Marketing digital y estrategias online para la promoción del destino turístico

8.1. Transformación digital del marketing turístico institucional: oportunidades y desafíos
8.2. Ecosistema digital del destino turístico: web oficial, portales temáticos y plataformas de contenido
8.3. Estrategia en redes sociales para la marca de destino turístico
8.4. Posicionamiento en buscadores (SEO) y publicidad digital (SEM) para la visibilidad del destino
8.5. Marketing de influencers y blogtrips como herramientas de promoción turística digital
8.6. Analítica digital, métricas de rendimiento y optimización de las estrategias online del destino
8.7. Tecnologías emergentes aplicadas a la promoción y la experiencia turística digital

Temario

09 Diseño, implementación y gestión del plan de promoción institucional del destino

9.1. El plan de promoción institucional como instrumento estratégico de la gestión de marca de destino
9.2. Diagnóstico de situación y análisis del punto de partida
9.3. Establecimiento de objetivos estratégicos y operativos del plan de promoción
9.4. Selección de mercados prioritarios, mercados de oportunidad y públicos objetivo
9.5. Diseño del mix de acciones promocionales del plan institucional
9.6. Implementación del plan: coordinación operativa, liderazgo institucional y gestión de equipos
9.7. Sistemas de seguimiento, control y evaluación continua del plan de promoción
9.8. Elaboración de informes de resultados, lecciones aprendidas y retroalimentación estratégica

10 Evaluación del impacto, sostenibilidad y tendencias futuras en la marca turística de destino

10.1. Evaluación integral del impacto de la marca turística de destino sobre el territorio
10.2. Sostenibilidad y responsabilidad en la gestión estratégica de la marca de destino
10.3. Tendencias emergentes e innovación en branding y gestión de marcas de destinos turísticos
10.4. Retos y oportunidades para la marca turística de destino en el escenario global contemporáneo

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 6 créditos ECTS y 150 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

