ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Plan de Marketing Turístico: Análisis, Segmentación y Estrategia para Empresas y Destinos

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 el Curso de Formación Permanente en Plan de Marketing Turístico de ICUFOR y adquiere una visión integral de las estrategias que impulsan el éxito de empresas y destinos en uno de los sectores más dinámicos de la economía global. En un entorno donde la digitalización, la sostenibilidad y los nuevos perfiles de viajero transforman constantemente las reglas del mercado, contar con conocimientos especializados en marketing turístico se convierte en un diferenciador clave para cualquier profesional del sector.

A lo largo de esta formación, profundizarás en el análisis del entorno turístico mediante modelos como PESTEL y las cinco fuerzas de Porter, dominarás técnicas de investigación de mercados y comprenderás el comportamiento del consumidor turístico.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del marketing turístico y su evolución, identificando las características diferenciales del producto turístico y las tendencias globales que condicionan el sector.

Analizar el entorno turístico en sus dimensiones macro y micro, aplicando herramientas de diagnóstico estratégico como PESTEL, las cinco fuerzas de Porter, DAFO y CAME.

Dominar las metodologías de investigación de mercados turísticos, diferenciando técnicas cuantitativas, cualitativas y de analítica avanzada para la obtención de información fiable sobre el turista.

Identificar los factores internos y externos que condicionan el comportamiento del consumidor turístico, mapeando el customer journey y sus puntos de contacto clave en el proceso de decisión de viaje.

Aplicar criterios y técnicas de segmentación del mercado turístico, seleccionando los públicos objetivo más atractivos y viables mediante estrategias de cobertura fundamentadas.

Diseñar estrategias de posicionamiento y diferenciación competitiva, formulando propuestas de valor coherentes con la identidad de marca de empresas y destinos turísticos.

Desarrollar el marketing mix ampliado (7P) y las estrategias de marketing digital, integrando herramientas como revenue management, social media, SEO/SEM, gestión de reputación online y tecnologías emergentes en la planificación turística.

Elaborar un plan de marketing turístico completo, definiendo objetivos SMART, programas de acción, presupuesto e indicadores de control que permitan su implementación, seguimiento y mejora continua.

Temario

01 Fundamentos del marketing turístico y su evolución en el contexto global

1.1. Concepto y naturaleza del marketing aplicado al sector turístico
1.2. El sistema turístico como marco de referencia para la planificación de marketing
1.3. Evolución histórica del marketing turístico
1.4. Agentes, stakeholders y marco institucional del ecosistema turístico
1.5. Tendencias globales y su impacto en el marketing turístico contemporáneo

02 Análisis del entorno turístico: factores macroeconómicos, competitivos y sectoriales

2.1. Análisis del macroentorno turístico mediante el modelo PESTEL
2.2. Análisis del microentorno y las fuerzas competitivas del sector turístico
2.3. Análisis interno de la empresa o destino turístico: recursos y capacidades
2.4. Diagnóstico estratégico integrado: análisis DAFO y CAME
2.5. Benchmarking y análisis de mejores prácticas en el sector turístico
2.6. Herramientas complementarias de análisis estratégico en turismo

Temario

03 Investigación de mercados turísticos: metodologías, fuentes y sistemas de información

3.1. Fundamentos de la investigación de mercados aplicada al turismo
3.2. Fuentes de información secundaria para el análisis del mercado turístico
3.3. Técnicas de investigación primaria cuantitativa en mercados turísticos
3.4. Técnicas de investigación primaria cualitativa aplicadas al turismo
3.5. Sistemas de información de marketing turístico (SIMT) y cuadros de mando
3.6. Big data, analítica avanzada y su aplicación al conocimiento del turista

04 Comportamiento del consumidor turístico y proceso de decisión de viaje

4.1. Modelos teóricos del comportamiento del consumidor turístico
4.2. Factores internos que condicionan la decisión turística
4.3. Factores externos y socioculturales influyentes en el consumo turístico
4.4. El proceso de decisión de compra y el customer journey del turista
4.5. Nuevos perfiles de consumidor turístico y tendencias emergentes en el comportamiento de viaje

Temario

05 Segmentación del mercado turístico: criterios, técnicas y selección de públicos objetivo

5.1. Concepto, importancia y requisitos de la segmentación en el marketing turístico
5.2. Criterios de segmentación geográfica y demográfica en turismo
5.3. Criterios de segmentación psicográfica y conductual del turista
5.4. Técnicas estadísticas y analíticas de segmentación del mercado turístico
5.5. Evaluación y selección de segmentos objetivo: atractivo y viabilidad
5.6. Segmentación aplicada a tipologías turísticas específicas
5.7. Casos prácticos de segmentación en empresas y destinos turísticos

06 Posicionamiento estratégico y diferenciación competitiva en el sector turístico

6.1. Concepto de posicionamiento y su importancia en la estrategia de marketing turístico
6.2. Análisis del posicionamiento actual de empresas y destinos turísticos
6.3. Estrategias de posicionamiento y diferenciación en el sector turístico
6.4. Propuesta de valor y coherencia con la identidad de marca turística

Temario

07 Estrategias de marketing mix aplicadas a empresas turísticas

7.1. Adaptación del marketing mix al sector turístico: de las 4P a las 7P del marketing de servicios
7.2. Estrategia de producto-servicio turístico
7.3. Estrategia de precio en el mercado turístico
7.4. Estrategia de distribución y comercialización turística
7.5. Estrategia de comunicación y promoción turística
7.6. Gestión del personal de contacto y marketing interno en turismo
7.7. Diseño de procesos de servicio y gestión de la evidencia física
7.8. Integración estratégica del marketing mix: coherencia y sinergia entre las 7P

Temario

08 Marketing de destinos turísticos: planificación estratégica, marca y gobernanza

8.1. Concepto y particularidades del marketing de destinos turísticos
8.2. Organismos de gestión y promoción de destinos (DMOs): funciones y modelos organizativos
8.3. Planificación estratégica de marketing para destinos turísticos
8.4. Creación y gestión de la marca destino (place branding)
8.5. Marketing de experiencias y gestión de la calidad en destinos turísticos
8.6. Gestión de la sostenibilidad y la capacidad de carga como factor estratégico del destino
8.7. Marketing de eventos y turismo MICE como herramienta de desarrollo de destinos

Temario

09 Marketing turístico sostenible y responsable: estrategias, comunicación y certificación

9.1. Fundamentos del marketing turístico sostenible
9.2. Estrategias de marketing sostenible para empresas y destinos turísticos
9.3. Comunicación responsable y prevención del greenwashing en turismo
9.4. Certificaciones, sellos de calidad y estándares de sostenibilidad turística
9.5. El turista responsable: perfil, motivaciones y estrategias de captación

10 Marketing digital y nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico

10.1. Transformación digital del marketing turístico y nuevo ecosistema digital del viajero
10.2. Estrategia web y posicionamiento en buscadores para el sector turístico
10.3. Estrategia de social media marketing para empresas y destinos turísticos
10.4. Email marketing, automatización y CRM aplicados al turismo
10.5. Gestión de la reputación online y plataformas de opinión turística
10.6. Tecnologías emergentes aplicadas al marketing turístico

Temario

11 Elaboración, implementación y control del plan de marketing turístico

11.1. Estructura y componentes del plan de marketing turístico
11.2. Definición de objetivos de marketing: criterios SMART y alineación estratégica
11.3. Formulación de estrategias y programas de acción de marketing
11.4. Elaboración del presupuesto de marketing turístico
11.5. Sistemas de seguimiento, control y evaluación del plan de marketing
11.6. Caso práctico integral: elaboración de un plan de marketing turístico completo

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

