



Universidad  
Nacional  
Villa María

Instituto Académico  
Pedagógico de Ciencias  
Sociales



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE  
CÓRDOBA



# REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS ONLINE

## Aplicaciones al Turismo

### Modalidad Presencial

#### FUNDAMENTACION

En un mundo cada vez más accesible, informado e hiperconectado, las formas en que nos relacionamos han ido cambiando y las nuevas tecnologías han venido para quedarse. Por ello, las organizaciones, empresas e incluso profesionales necesitan incorporar nuevos conocimientos, metodologías y herramientas de marketing y comunicación que les permitan comprender el comportamiento de los nuevos consumidores 4.0 y analizar el mercado en el que se desempeñan para poder planear, gestionar, expandir o fortalecer sus negocios... las empresas turísticas no son ajenas a esta realidad.

Las redes sociales cumplen un rol institucional poderoso en la actualidad, dado que actúan en la construcción de la realidad social, organizan la cohesión de la misma y permiten visibilizar las acciones de una organización o empresa. Entender sus mecanismos, saber diseñar y planificar el contenido y manejar sus herramientas son competencias esenciales hoy. Es necesario destacar que, en la actualidad, las redes sociales han adquirido un rol protagónico en las sociedades de consumo. Internet revolucionó la manera de hacer negocios; actualmente tener presencia en la web y redes sociales paso a ser una necesidad.

En este contexto, las pequeñas y medianas empresas turísticas enfrentan hoy el gran desafío de permanecer, crecer y de posicionarse en un mercado global altamente competitivo, tanto nacional, como internacional. Es clave la capacidad de aprendizaje de cara al futuro cercano donde el desafío fundamental de las empresas pasara por su capacidad de adaptación a la transformación digital y de crear valor.

Este Diplomado es una propuesta de formación de la Escuela de Gobierno, perteneciente al Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María que tiene como fin aumentar la competitividad de las empresas, promover los procesos de innovación y la utilización de nuevas herramientas, especialmente las digitales, en post de fortalecer el ecosistema turístico local y regional.



## OBJETIVOS

- Brindar herramientas que permitan a los participantes repensar sus espacios de trabajo.
- Dar a conocer estrategias y recursos de utilidad a fin de profesionalizar la comunicación digital desde los diferentes espacios.
- Acompañar en el desarrollo preliminar de nuevos canales de oferta de servicios de los participantes y fortalecer los ya existentes.
- Facilitar un espacio de encuentro que fortalezca al ecosistema turístico local/regional.

**CANTIDAD MÁXIMA DE ALUMNOS:** 50 personas

## MODULOS

### 1- PRODUCTO & MERCADO TURISTICO

Un encuentro. Contenidos a desarrollar:

- Productos vs servicios. Características y niveles.
- Necesidades, deseos y demandas. Importancia de identificar el público objetivo. Segmentación de mercado.
- Caracterización del cliente 4.0. Construcción del buyer persona o cliente objetivo.

### 2- COMUNICACIÓN & MARKETING

Un encuentro. Contenidos a desarrollar:

- Cambios en el esquema de comunicación. Objetivos estratégicos de la comunicación. Generación CO.
- Marketing tradicional vs. Marketing digital. Principales tendencias en el Marketing y nuevos escenarios.
- La investigación de mercados en redes sociales como herramienta para la comunicación eficaz.

### 3- ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN LA ERA DIGITAL

Un encuentro. Contenidos a desarrollar:

- La comunicación digital en redes sociales.
- La lógica algorítmica de la nueva comunicación.
- Redes Sociales. Características de las principales redes. Destinatarios. Desafíos y buenas prácticas. Errores frecuentes. Hashtags.



#### 4- REDES SOCIALES: APLICACIONES AL TURISMO DIGITAL – Parte I

Dos encuentros. Contenidos a desarrollar:

- Investigar y Segmentar: Google Trends, KeywordPlanner, AudienceInsights.
- Ejecutar: Creator Studio, LinkTree, Tweetdeck.
- Planificar y medir: Trello, Whatsapp Business, Google My Business, Insights

#### 5- REDES SOCIALES: APLICACIONES AL TURISMO DIGITAL – Parte II

Un encuentro. Contenidos a desarrollar:

- Creación y Optimización de páginas web. NIC.ar. Servicio de hosting.
- Especificaciones sobre páginas web. SEO y SEM. Estrategias.
- Tienda Nube. Funcionalidad y recomendaciones.
- Generación de prospectos para email marketing.

#### SEMINARIO ESPECIAL

Un encuentro a definir

#### ACLARACIONES

El programa y el orden de las clases es tentativo y puede ser modificado sin previo aviso

#### METODOLOGÍA

Los alumnos tendrán acceso al material bibliográfico y la actividad practica de cada módulo. A través de ejercicios, bibliografía y/o casos de estudio, se reflexionará sobre los problemas críticos y presentarán ejemplos que representen las mejores prácticas.

Las clases del Diplomado se dictarán de manera presencial en los días y horarios a convenir.

Los módulos tendrán una duración aproximada de 3 horas.

Una vez concluido el cursado de los módulos, habrá un espacio temporal para tutorías. Finalmente, de manera individual o grupal (máximo 3 personas), los alumnos deberán presentar su Trabajo Final Integrador.

#### CONDICIONES PARA OBTENER LA REGULARIDAD:

Carga Horaria de actividades: 100 horas

- 75% de asistencia.
- Aprobación de Trabajo Final Integrador. (Individual o grupal).

#### CRITERIOS Y FORMAS DE EVALUACIÓN

El Diplomado se aprobará mediante la presentación de un Trabajo Final Integrador, individual o grupal (máximo 3 personas) cuya consigna será indicada por los docentes.



Universidad  
Nacional  
Villa María

Instituto Académico  
Pedagógico de Ciencias  
Sociales



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE  
CÓRDOBA



Criterios de evaluación:

- Integración de los conocimientos adquiridos
- Mirada holística del caso bajo estudio
- Uso de lenguaje técnico apropiado

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**  
**"Diplomatura en Redes Sociales y Plataformas Online"**  
**SEDE: Capital**

<b>MÓDULOS / ACTIVIDADES</b>	<b>LUNES DE 16 a 19hs</b>
<b>1. PRODUCTO &amp; MERCADO TURÍSTICO</b>	<b>28/08/2023</b>
<b>2. COMUNICACIÓN &amp; MARKETING</b>	<b>04/09/2023</b>
<b>3. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN LA ERA DIGITAL</b>	<b>11/09/2023</b>
<b>4. REDES SOCIALES: APLICACIONES AL TURISMO DIGITAL – Parte I</b>	<b>18/09/2023</b>
<b>5. REDES SOCIALES: APLICACIONES AL TURISMO DIGITAL – Parte II</b>	<b>25/09/2023</b>
<b>SEMINARIO ESPECIAL</b>	<b>02/10/2023</b>
<b>Entrega del Trabajo Final</b>	<b>30/10/2023</b>