



PROGRAMA DE GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS INSTITUCIONALES Y LA COMUNICACIÓN EN TURISMO

Módulos

CLASE 0 – “LA IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS INSTITUCIONALES Y LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO”: Conversatorio entre los docentes, director, coordinador académico con representantes de las instituciones adherentes junto los inscriptos e interesados al programa.

Objetivo: Explicar la transversalidad de los temas durante el Programa, plantear la importancia de desarrollar estas temáticas en este contexto de crisis histórica y recuperación de la industria turística de cara a los alumnos, sumando a una presentación de los docentes y autoridades de las instituciones adherentes que darán un marco interesante previo al inicio de la cursada.

Módulo 1

INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS INSTITUCIONALES EN EL TURISMO

- Las Relaciones Públicas y el Turismo: “Distintas procedencias, un mismo destino”
- Relaciones Públicas de Destino.
- El sustrato estratégico que todo buen plan de comunicaciones turístico debería tener.
- Diseño de un Plan de Relaciones Públicas en Turismo.
- Acciones para la generación en un clima de confianza y motivación.
- Dirección y Gestión por Valores.
- Comunicaciones Integradas.
- Gestión de Crisis.
- Neurocomunicación, Oratoria y Media Training.
- Relaciones efectivas con los públicos.

Módulo 2

LAS RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES Y EL TURISMO DE REUNIONES

- Entes de Promoción y como se desarrolla la promoción turística en nuestro país.
- La Industria de reuniones y el fenómeno turístico.
- Asociaciones y membresías del sector. (ICCA, SITE, GBTA,)
- Plan de Turismo de Reuniones Argentino- Líder en la Región
- La articulación público-privada en el Turismo de Reuniones
- El Rol de las instituciones.
- Clasificación de las reuniones de negocios.

Módulo 3

GOBERNANZA TURÍSTICA ARGENTINA Y ASUNTOS PÚBLICOS DEL TURISMO

- La Gobernanza Turística, sus actores mundiales y nacionales.
- Desarrollo, diseño e implementación de actuaciones de gobernanza turística.
- Política Turística. “El Turismo como Política de Estado”
- Leyes Nacionales y Provinciales del Turismo.
- Organismos Públicos Internacionales y Nacionales y su rol en la Gobernanza.
- Asuntos Públicos Turísticos
- Issues Management como estrategia de relaciones públicas.
- Mapa de las cámaras empresarias.
- La crisis de la Covid-19 desde el rol de las entidades en el sector privado
- Revitalizar la Alianza Mundial para el desarrollo sostenible.
- El Turismo en la Agenda Pública.

Módulo 4

TURISMO SOSTENIBLE: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SUSTENTABILIDAD COMO EJES FUNDAMENTALES DEL FUTURO DEL TURISMO

- Sostenibilidad y Sustentabilidad. Responsabilidad Social. Triple Impacto.
- Buenas prácticas de la Agenda 2030 – Objetivos de Desarrollo Sostenible

- Desarrollo de la Sostenibilidad en la actividad Turística. Transversalidad en la acción de territorios. Actores claves.
- Liderazgo Sostenible.
- Desarrollo Regenerativo Discursos y Prácticas de las Relaciones Interculturales.
- Casos de Empresas / Fundaciones / Emprendimientos certificados / Programas
- El rol de las RRPP y RRII en colaboración con el Turismo Sostenible.
- La Creación de Valor en las organizaciones a partir de la Sustentabilidad.

Módulo 5

EL TURISMO COMO MOTOR PARA LA DIVERSIDAD

- Objetivos de Desarrollo Sostenibles en la Agenda Turística.
- Perspectiva de Género en la Industria Turística
- Accesibilidad Turística
- Adultos Mayores
- Gobernanza en la Diversidad

Módulo 6

COMUNICACIÓN INTEGRAL EN EL TURISMO Y LA INTELIGENCIA TURÍSTICA

- Comunicación Turística en la actualidad.
- Comunicación en la gestión turística.
- Gestión de la imagen de marca del destino turístico.
- Rol de la comunicación en la co-creación de la experiencia turística.
- Storytelling aplicado al Turismo.
- Prensa y Influencer en el Turismo.
- Data Driven Marketing.
- Big Data vs Small Data.
- Inteligencia de datos aplicada a destinos