

Centro Mediterráneo
Universidad de Granada

MEMORIA DE CURSO 22ON06
“Estrategia de marketing digital para el
posicionamiento de una marca en el sector
turístico”



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Vicerrectorado de
Extensión Universitaria



ÍNDICE GENERAL

Programa del curso	3
Análisis pormenorizado del curso.....	6



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

PROGRAMA DEL CURSO



Granada (online), del 8 al 17 de noviembre de 2022

Dirección:

Dolores María Frías Jamilena

Coordinación:

Ana Isabel Polo Peña

Antonio Marín Ruiz

Luis Javier Gálvez Aguirre

Programa:

- Presentación del curso: Importancia del marketing digital para las empresas y el posicionamiento de las marcas. Introducción a las etapas del plan de marketing digital y sus herramientas.

Dra. Dolores M. Frías Jamilena, Catedrática de la Universidad de Granada en el Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados y directora de la Cátedra en Gestión Turística, Empleo y Desarrollo de la Universidad de Granada.

José Luis Molina Ruiz, Chief Operating Officer en Omega CRM Consulting.

Dr. Francisco Peco Torres, Universidad de Granada. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.

- Mecanismos para la fidelización del mercado y la captación de nuevos clientes a través las experiencias online.

Dra. Ana Isabel Polo Peña, Profesora Titular de la Universidad de Granada en el Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados.

José Luis Molina Ruiz.

- Sesión práctica 1. Aprendizaje Basado en Proyectos: (a) Identificación de un proyecto del ámbito turístico y del uso de la marca en el contexto online, (b) análisis del contexto y entorno del sector del proyecto en el contexto off y online, (c) análisis DAFO del proyecto y (d) propuesta de un posicionamiento de marca para dicho proyecto.

Dra. Ana Isabel Polo Peña.

Dra. Dolores M. Frías Jamilena.

- Escucha del mercado y orientación al cliente a través de los medios online y el bigdata.



Dr. Antonio G. López Herrera, Profesor Titular en la Universidad de Granada en el Dpto. de Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial.

Virginia Relea García, Head of Customer Services en Merkle España.

- Posicionamiento de la marca y campañas de marketing a través de medios online.

Alejandra Domínguez Crausaz, executive director en SIDN Digital Thinking.

Dr. Francisco Peco Torres.

- Evaluación de las campañas de marketing digital y tendencias de mercado y en el uso de la tecnología.

Alejandra Domínguez Crausaz.

José Luis Molina Ruiz.

- Sesión práctica 2. Aprendizaje Basado en Proyectos: (a) propuesta de un plan de marketing digital para el proyecto y para posicionar la marca, (b) propuesta de campañas concretas de marketing digital para la comunicación de la marca y su posicionamiento

Dra. Ana Isabel Polo Peña.

Dra. Dolores M. Frías Jamilena.



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

ANÁLISIS PORMENORIZADO DEL CURSO



A.- PERFIL MEDIO DEL ALUMNADO

* Edad:	38,50 años
* Sexo:	
Mujer	83,33%
Hombre	16,67%
* Situación actual del alumnado:	
Estudiante	33,33%
Trabajador	33,33%
Otros	33,33%
* Desglosando el 100% de estudiantes:	
Doble Grado en Traducción e Interpretación y Turismo	50,00%
Grado en Turismo	50,00%
* Principales vías informativas de los cursos:	
Listas de Distribución	33,33%
Redes Sociales	33,33%
Información Amigo	16,67%
Web CEMED	16,67%
* Temporalidad del conocimiento de los cursos del Centro Mediterráneo:	
Hace tres o más años	50,00%
Este año	33,33%
Hace un año	16,67%
* Principales motivos para participar en los cursos ordenados por prioridad del Alumnado:	
Mejora de Currículum	36,51%
Interés intelectual y cultural	31,75%
Reconocimiento de créditos	19,05%
Conocer gente	7,94%
Diversión o vacaciones	4,76%



B.- EVALUACIÓN DE LOS CURSOS

* Los resultados se presentan siguiendo la escala evaluativa del “1” al “10”, siendo “10” la máxima puntuación:

* Planificación de los cursos:

El título del curso expresa claramente el contenido del mismo	9,17
El número total de horas dedicadas al curso es adecuado	9,00
El número total de horas dedicadas a cada tema es adecuado	8,67
Accesibilidad de los/as directores/as	9,80
Debate y comunicación entre los asistentes	8,50
En conjunto, el grado de satisfacción con el curso es	9,17

* Profesorado:

Claridad en la exposición	10,00
Metodología utilizada	9,67
Dominio del tema	10,00
Material de apoyo	9,83
Cumplimiento de horarios establecidos	10,00
Disponibilidad del profesorado	9,50
En conjunto, la puntuación del profesorado es	10,00

* Otros aspectos de interés:

Material técnico y audiovisual	10
Administración Centro Mediterráneo	10



D- ANÁLISIS CUALITATIVO

Sobre el curso seguido:

Más horas de curso quizás sirvan para profundizar más en la materia.

Muy básico. Pensé que íbamos a ver más...

Me gustaría aprender manejar herramientas audiovisuales.

Muy interesante y las exposiciones muy bien dirigidas.

Nada para decir.

Sobre la organización del curso:

Muy buena

Excelente

Todo a su hora y respetuoso con todo

Nada para agregar.

Sobre otros temas de interés:

Está todo bien.

Manejo de herramientas.

Mas interacción del público.

Nada.

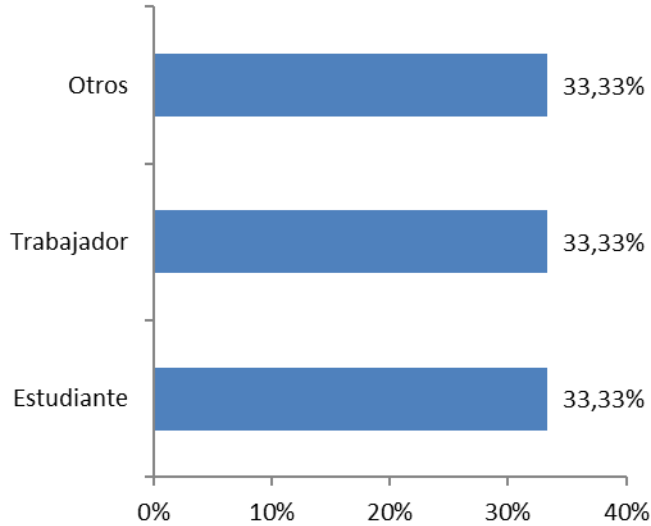
Sobre la adecuación de las fechas:

Si = 6

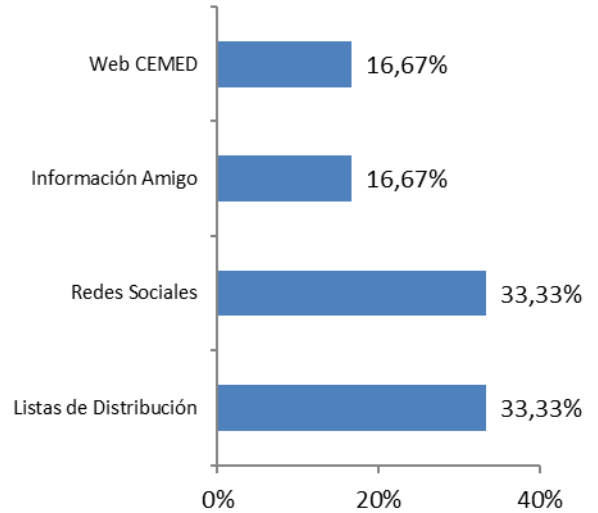
No = 0



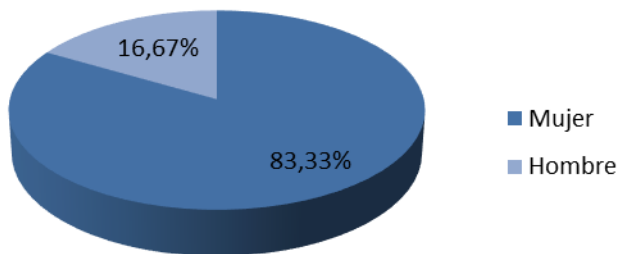
Situación Laboral



Vías Informativas



Sexo



Motivos de participación

