



Plan de Marketing 2019 - Posgrado Turismo y Hotelería

Elaborado por: Oficina de Marketing y Gestión Comercial.

Este plan desarrolla un análisis del mercado para los programas de Posgrado de Turismo y Hotelería que ofrece la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la USMP y la estrategia que propone el área de Marketing para su efectiva difusión y para el contacto directo con aquellos interesados en los programas.

Análisis situacional - Posgrado Turismo y Hotelería

1. Entorno Actual:

- En el 2018, se desarrollaron 2 campañas para dos procesos de admisión: la primera, en marzo y la segunda, en julio.
- Los posgrados disponibles para la campaña de marzo 2019 y su situación en la campaña del mismo periodo del año anterior se analizan en el siguiente cuadro:

	Posgrado	Modalidad	N° matriculados en campaña 2018	Metas para campaña 2019
1	Maestría en Gestión de Empresas Turísticas y Hotelerías	Semipresencial Presencial	22	20
2	Maestría en Marketing Turístico y Hotelero	Presencial Semipresencial Presencial	8	20
3	Maestría en Gestión Cultural, Patrimonio y Turismo	Semipresencial	23	12
4	Doctorado en turismo	Semipresencial	9	20

2. Público Objetivo:

Las **Maestrías en Turismo y Hotelería** están dirigidas a profesionales del sector con el Grado Académico de Bachiller en Turismo y Hotelería o carreras afines que mantienen una búsqueda constante por nuevos conocimientos y tienen la meta de especializarse en el sector turístico.

El **Doctorado en Turismo** está dirigido a profesionales del sector que tengan el Grado Académico de Maestro en Turismo o maestrías afines. Un grupo mayoritario de la población está vinculado al sector académico.

3. Ventaja Competitiva:

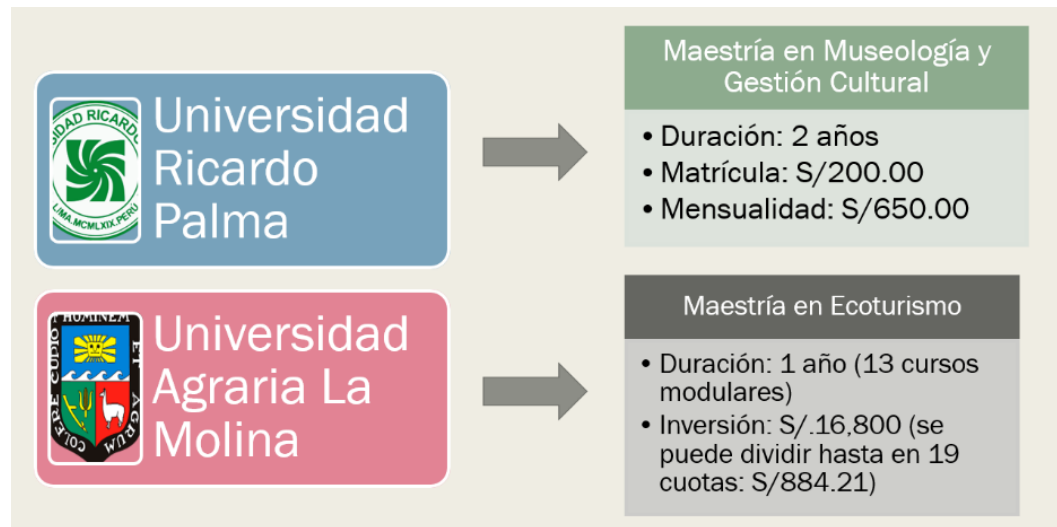
Los programas de posgrado de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería tienen el respaldo y el prestigio de la Universidad de San Martín de Porres que cuenta con acreditaciones internacionales (TedQual, Cátedra UNESCO – Cultura, Turismo y Desarrollo) y una plana docente de primer nivel profesional y académico.

El alumno accederá a conocimientos integrales sobre su especialidad. De la misma manera, tendrá una asesoría personalizada para la elaboración de su tesis en una maestría o doctorado de calidad internacional con la inversión más competitiva del mercado. Asimismo, los alumnos de la Maestría en Gestión Cultural, Patrimonio y Turismo pueden acceder a la doble titulación con la Universidad de Girona, España.

Otra ventaja diferencial frente a la competencia es la inversión total que deben realizar los profesionales para obtener el grado de Magíster o Doctor en Turismo, que es mucho menor frente a las opciones de otras instituciones.

4. Análisis de la Competencia:

4.1. Competencia Nacional



4.2. Competencia internacional.

En el extranjero...

- Máster en Turismo y Marketing Digital – IEBS Escuela de Negocios Online – España.
- Posgrado en Marketing y Gestión Turística 4.0 - IEBS Escuela de Negocios Online – España. Inversión \$3500.00
- Máster en Innovación y Marketing Turístico Digital – IMF Business School (Centro colaborador de la Universidad de Nebrija) – España.
- Maestría en Innovación y Marketing Turístico – Universidad de Castilla La Mancha – España.
- Maestría en Innovación y Marketing Turístico – Universidad Católica de Murcia – España.

- Modelos de negocio online.
- Turismo digital – nuevos modelos de compra
- SEO – SEM
- E-business
- Economía colaborativa
- Social media branding
- Inbound marketing

Enfoques transversales



5. Estrategia de Marketing

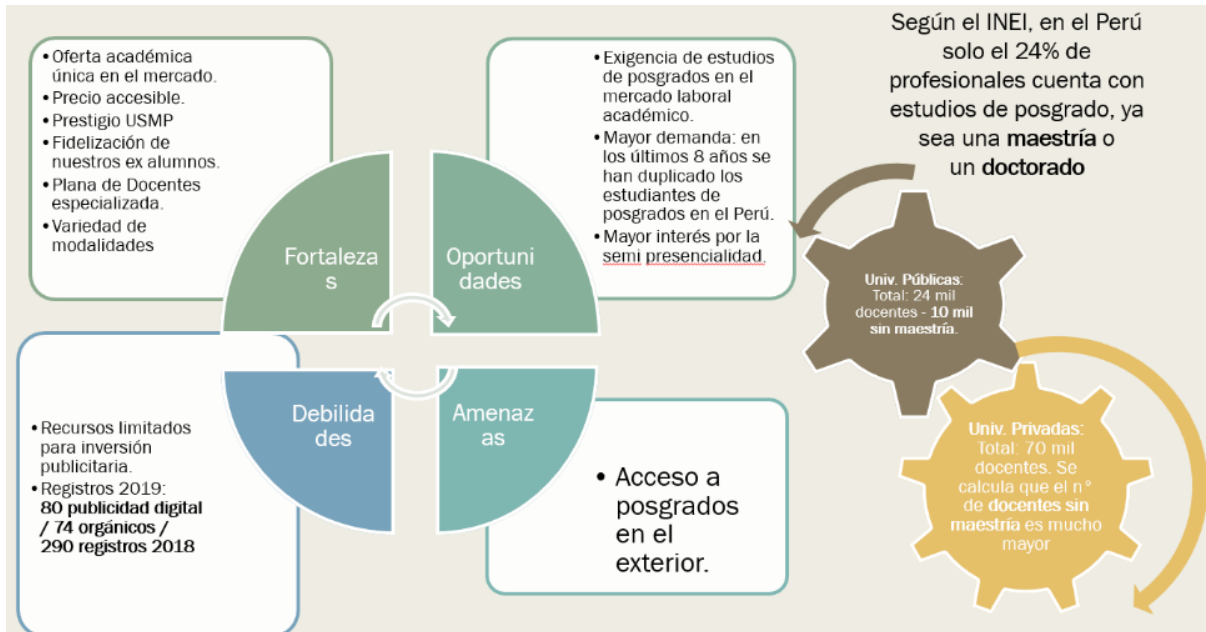
La estrategia de marketing apunta a posicionar nuestros programas académicos de maestría y doctorado como únicos a nivel nacional, mediante tácticas de comunicación, *inbound* marketing y fidelización para generar un aumento paulatino en la cuota de mercado.



Además, el plan de marketing se enfoca en cimentar la estrategia calidad-precio mediante la que se difunden a nivel de comunicación los valores y beneficios que obtienen los profesionales al cursar un programa de posgrado

de Turismo y Hotelería en la Universidad de San Martín de Porres, donde se brinda un buen valor a un precio asequible.

6. Análisis FODA



7. Estrategias y Tácticas

