FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

Informe de Revisión de resultados del Plan Operativo de Marketing Posgrado Turismo y Hotelería 2019

1. ANTECEDENTES.

El desarrollo de las actividades en el año 2019.

2. DESARROLLO.

2.1 Actividades realizadas:

N°	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
01	Invitación vía correo y llamada a charla Informativa Posgrado Turismo y Hotelería
02	Realización de charlas informativas
03	Difusión de las maestrías y doctorados vía correo y llamadas
04	Envío de email sobre programa de movilidad internacional “Erasmus”
05	Llamadas a base antiguas (2018), orgánicos y publicidad (2019).
06	Investigación de la competencia
07	Entrevistas telefónicas a profundidad a bases antiguas (285 contactos)
08	Envío de email sobre curso de actualización 2019 - II

2.2 Consolidado reporte:

OBJETIVO	STATUS
Lograr 20 matrículas en Maestría en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras (Semipresencial-Presencial)	22 matrículas
Lograr 20 matrículas en Maestría en Marketing Turístico y Hotelero (Semipresencial-Presencial)	08 matrículas
Lograr 12 matrículas en Maestría en Gestión Cultural, Patrimonio y Turismo (Semipresencial-Presencial)	23 matrículas
Lograr 20 matrículas en Doctorado de Turismo Semipresencial	19 matrículas
Confirmados a Charla Informativa	16 asistentes
N° Registros orgánicos contactados (2019)	84
N° Registros pagados contactados (2019)	77
N° Registros base antigua 2018 contactados	451

2.3 Dificultades:

N°	DESCRIPCIÓN DE DIFICULTADES DETECTADAS
01	Falta de enfoque en entornos digitales

3. ACCIONES A IMPLEMENTAR EN EL 2020:

N°	DESCRIPCIÓN DE ACCIONES Y PLANES DE MEJORA	
01	Potenciar la difusión en entornos digitales	A

A: Acción de mejora.
PM: Plan de mejora

4. CONCLUSIONES.

Se ha logró matricular un total de 72 personas distribuidos en los 4 programas de Posgrado de Turismo y Hotelería. Un 26% de los matriculados provienen de la base antigua de posgrado, un 14% de la base orgánicos y 4% de los registros de publicidad.

28 de Noviembre del 2019.