

---

# POSTGRADO EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y NUEVOS MEDIOS EN LA EMPRESA TURÍSTICA

---

## JUSTIFICACIÓN

Las organizaciones han comprendido la importancia de tener una imagen positiva para fortalecer su penetración al mercado y, la comunicación, como herramienta indispensable, se entiende ya como un elemento estratégico de gestión. Los clientes, así como las del resto de stakeholders, son cada vez más exigentes con la calidad de los servicios y sus percepciones, y resultan esenciales en la configuración de la imagen y la reputación corporativas.

Es fundamental ya dominar las estrategias y herramientas de la Dirección de Comunicación, incluida la capacidad de elaborar planes y programas de comunicación corporativa que alcancen todos los ámbitos (comunicación de crisis, interna, financiera, del alta dirección, relaciones con la sociedad), para enfrentarse a una nueva realidad comunicativa más allá del marketing y los medios de comunicación convencionales, integrando la comunicación online y las redes sociales. En este contexto, la incorporación de las nuevas tecnologías ha provocado un cambio sustancial en la gestión empresarial y en la forma de comunicarse con sus diferentes públicos, que ahora requieren un contacto personalizado y mecanismos de feedback real. Por lo tanto, es necesario conocer las claves y las herramientas para entender, aplicar, desarrollar e individualizar las nuevas tecnologías y la nueva cultura interactiva vinculada a los medios online, y para gestionar de forma eficaz y profesional la comunicación, las nuevas formas de relación, la imagen, la reputación y la comunicación corporativas de cualquier producto o servicio.

Entendida la importancia de la comunicación integral de la empresa, debemos destacar la importancia de un sector estratégico para muchos países, básico para España y Baleares por ser el principal motor de su economía. El turismo es un sector que mueve en el mundo cerca de 1.000 millones de personas. En España se registraron cerca de 56,7 millones de visitantes en 2011, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), año en que la actividad turística española cerró con un crecimiento del 2,6%, casi cuatro veces más que el conjunto de la economía española (situado en el 0,7%), según datos de la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur).

El turismo es una fuente de generación de ocupación fundamental, pero la estacionalidad es un problema no resuelto que afecta la actividad de forma importante. Hacen falta fórmulas ingeniosas que den solución a este contratiempo y la comunicación puede ser un aliado esencial.

En Baleares, además, se encuentran grupos destacados del sector, referentes no sólo en el ámbito nacional, sino también en el internacional: Sol Meliá, Barceló, Iberostar, Riu, Globalia... Además de otras muchas empresas que complementan la oferta turística. Y con su apoyo contamos en este postgrado, inexistente hasta ahora en la oferta educativa española. No puede hallarse en ninguna universidad una formación de tercer ciclo con estas características y especialización, de forma que Baleares, referente mundial en turismo, pretende liderar esta formación desde el Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (centro adscrito a la Universitat de les Illes Balears, donde se imparten los grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual, a cuya oferta se sumará el próximo curso el grado de Publicidad y Relaciones Públicas), con la participación de la Facultad de Turismo de la UIB.

Así pues, conjugados los dos puntos —la importancia creciente de la comunicación y la adaptación necesaria al contexto tecnológico actual y futuro, por un lado, y la trascendencia del turismo en nuestra economía, por otra— resulta conveniente ofrecer una formación, nueva y especializada, que permita plantear un modelo de gestión de la imagen y la comunicación en empresas turísticas. Un postgrado que forme profesionales capaces de dotar a las empresas turísticas de una personalidad corporativa destacada para conseguir un buen posicionamiento estratégico, con dominio de todas las herramientas, canales, acciones y mensajes.

Y para ello se presenta un programa que abarca todas las facetas de la comunicación en la empresa turística, impartido por un elenco de ponentes, académicos y profesionales, de elevado reconocimiento.

---