

Índice

Introducción.....	6
El turismo.....	6
Sistema turístico.....	6
La globalización	7
La globalización y su relación con la economía.....	8
La globalización y su asociación con el turismo	9
Presentación del marketing digital.....	9
Fundamentación	10
Objetivos	11
Metodología	11
 Capítulo I: Marco teórico	 14
1. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)	14
1.1 Descripción de las TIC	14
1.2 El surgimiento de Internet	14
1.3 Internet en números.....	14
1.4 Las TIC y los usuarios	15
1.5 El funcionamiento de las TIC en el turismo	16
 Capítulo II: Marketing	 18
2.1 Marketing	18
2.1.1 Definición de marketing.....	18
2.1.2 Evolución en la actividad.....	19
2.1.3 El proceso de marketing	19
2.1.4 La 4 P del marketing	19
2.2 Marketing digital	20
2.2.1 Definición de Marketing digital	20
2.2.2 La 4 C del marketing digital	21
2.2.3 Características del marketing digital.....	21
2.2.4 Responsabilidad de las acciones de marketing.....	22
2.3 Herramientas digitales	23
2.3.1 El sitio web.....	24
2.3.2 El Blog	24
2.3.3 El Marketing Móvil.....	25
2.3.4 Redes sociales	29
2.3.5 E-mail Marketing	30
2.3.6 Realidad Virtual	30
2.3.7 Realidad aumentada.....	31
 Capítulo III: Atractivos turísticos	 33
3.1 Recursos y atractivos turísticos	33
3.1.1 Recurso turístico	33
3.1.2 Atractivo turístico	33
3.1.3 De recurso al atractivo turístico.....	33
3.1.4 Tipologías de atractivos turísticos	34
3.2 Territorios turísticos	36
Territorio y destino turístico.....	36
3.3 Atractivos de Buenos Aires.....	36
3.3.1 Buenos Aires como ciudad turística	36
3.3.2 Descripción de atractivos	37
• Teatro Colón.....	37

• Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba)	37
• Catedral Metropolitana	38
• Cementerio de Recoleta	38
• Museo de la Pasión Boquense. Estadio Alberto J. Armando	39
• Casa Rosada	39
• Centro Cultural Kirchner	39
• Palacio Barolo	40
• Jardín Japonés	41
• Planetario Galileo Galilei	41
Capítulo III: Relevamiento.....	42
4.1 Herramientas tecnológicas empleadas en los atractivos.....	42
Capítulo V: Análisis.....	51
5.1 Ventajas y desventajas de las herramientas más utilizadas en los atractivos a partir de sus características.....	51
5.2 Análisis y recomendaciones	53
Capítulo VI: Conclusiones	58
Bibliografía.....	60
Anexo	63