

## MARKETING TERRITORIAL

### 1/ COMUNICACIÓN REGIONES

Desde un punto de vista general, **el marketing de territorios trata de satisfacer las necesidades de la población local y sus visitantes produciendo beneficios en el lugar de destino.** Se trata de un fenómeno que surge por la necesidad de comunicar una identidad propia que ofrezca valor tanto en los mercados nacionales e internacionales. En este sentido trabajan los destinos turísticos nacionales, aprovechando para difundir valores asociados a su patrimonio, sus costumbres y su modo de vida. Las comunidades autónomas, desarrollan en su publicidad audiovisual, estrategias creativas diferenciadas para atraer visitantes dentro y fuera de España.

**2/Thème / axe fédérateur/** Marketing de territorios

**3/ Problématique /** Marketing territorial o institucional

**4/ Activité langagière dominante /EE**

Redactar un informe sobre la comunicación de una región española o de un país latinoamericano. (unas 20 líneas)

**5/ Définition de la tâche**

**Por grupo (2 o 3) /** Proponer un estudio sobre la estrategia de comunicación de una región española o de un país latinoamericano

Dos enfoques posibles

+ al nivel propuesta cultural, patrimonial, gastronómica

+ al nivel propuesta económica, urbana, moderna

- Diagnóstico
- Redes sociales / internet
- Bazas
- Fragilidades
- Rasgos de identidad fuertes
- Pistas de mejora

Calendario

1	<b>Actividad 2.1: Comunicación regiones</b> + Trabajo diagnóstico / redes sociales / bazas / fragilidades / rasgos de identidad fuertes <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> organización grupos / selección región o país)</li> <li><input type="checkbox"/> primeras búsquedas</li> </ul>
2	<b>Actividad 2.2: Comunicación regiones</b> + Trabajo diagnóstico / redes sociales / bazas / fragilidades / rasgos de identidad fuertes <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Organización grupos / selección región o país)</li> <li><input type="checkbox"/> Primeras búsquedas</li> </ul>
3	<b>Actividad 2.3: Comunicación regiones</b> + Trabajo diagnóstico / redes sociales / bazas / fragilidades / rasgos de identidad fuertes <b>Evaluación 2/ EOI (encuentro con el jefe de proyecto)</b>
4	<b>Actividad 2.4: Comunicación regiones</b> + Trabajo diagnóstico / redes sociales / bazas / fragilidades / rasgos de identidad fuertes <b>Evaluación 2 / EOI (encuentro con el jefe de proyecto)</b>
5	<b>Actividad 2.5: Comunicación regiones</b> + Trabajo diagnóstico / redes sociales / bazas / fragilidades / rasgos de identidad fuertes/pistas de mejora
6	<b>Actividad 2.6: Comunicación regiones</b> + Trabajo diagnóstico / redes sociales / bazas / fragilidades / rasgos de identidad fuertes/pistas de mejora <div style="text-align: right;"><b>EVALUACION 3</b></div>

Trabajar a mandar para el 7 de enero de 2026

6/ Listado lugares

Ibiza, Perú, Andalucía, Sevilla, Costa Rica, Mexico, Cuba