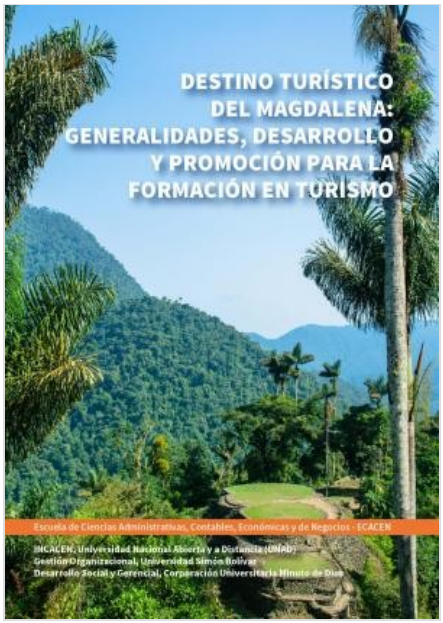
Destino turístico del Magdalena

generalidades, desarrollo y promoción para la formación en turismo

Autores

Jesús Rafael Fandiño Isaza, Patricia Rocha Sierra, Mario Eduardo Carbonó de la Rosa, Vladimir Jhosmell Baquero Márquez, Ismael Felipe Luna Morán, Luz Marina Dávila Coa, Enrique Melamed Varela, Salomón Perdomo Lasprilla, Nicolás de Jesús Zabaraín Fontalvo, Merlis Emérita Pinzón Varela



Sinopsis

"Destino Turístico del Magdalena: Generalidades, Desarrollo y Promoción para la Formación en Turismo" es un recurso pedagógico exhaustivo diseñado para proporcionar una visión integral del turismo en el departamento del Magdalena, Colombia. El libro está estructurado en cuatro capítulos, cada uno abordando aspectos fundamentales para una comprensión profunda y práctica del sector turístico en esta región.El primer capítulo ofrece una descripción minuciosa de las principales atracciones turísticas del Magdalena, analizando las demandas actuales de los turistas, el perfil demográfico y psicográfico de los visitantes, así como la infraestructura existente que apoya el desarrollo turístico. En el segundo capítulo, se profundiza en la planificación estratégica y el desarrollo sostenible del destino, resaltando la necesidad de mejorar la competitividad mediante inversiones en infraestructura y la implementación de prácticas sostenibles que aseguren la conservación de los recursos naturales y culturales.El tercer capítulo se centra en el desarrollo de productos turísticos innovadores. Este segmento enfatiza la creación de experiencias únicas para los turistas y la diversificación de actividades, lo que permite ofrecer un abanico de opciones atractivas que puedan satisfacer las diversas expectativas de los visitantes.

Impreso

Año de publicación: 2025

Presentación: Libro de bolsillo (Libro)

Tamaño: 24 x 17 x 1 cm

Número absoluto de páginas: 154 Páginas

ISBN13: 9786287786578

E-Book

Año de publicación: 2025

Presentación: PDF (Digital: descarga y online)

Número absoluto de páginas: 154 Páginas

ISBN13: 9786287786509

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Finalmente, el cuarto capítulo aborda las estrategias de promoción y comunicación del destino, destacando la importancia del uso de tecnologías digitales, redes sociales y estrategias colaborativas para elevar el perfil del Magdalena tanto a nivel nacional como internacional.Este libro está dirigido a futuros profesionales del turismo y Administraci´ón de Empresas, proporcionándoles una base sólida en planificación, desarrollo y promoción turística, con un enfoque particular en la sostenibilidad y la competitividad. Es una herramienta esencial para formar expertos capaces de enfrentar los desafíos del turismo en el siglo XXI.



Palabras clave

Planificación ambiental; Educación para el turismo; Economía local; Promoción territorial; Gestión turística; Desarrollo regional; Patrimonio cultural; Turismo sostenible

JF

Sobre el autor

Jesús Rafael Fandiño Isaza

PR

Patricia Rocha Sierra

ML

Mario Eduardo Carbonó de la Rosa

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

VB

Vladimir Jhosmell Baquero Márquez

IL

Ismael Felipe Luna Morán

LD

Luz Marina Dávila Coa

EM

Enrique Melamed Varela

M. Sc. en Administración de Empresas e Innovación, Profesor. Universidad Simón Bolívar, Facultad de Administración y Negocios, Barranquilla, Colombia.

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

SP

Salomón Perdomo Lasprilla

NZ

Nicolás de Jesús Zabaraín Fontalvo

MP

Merlis Emérita Pinzón Varela

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen