



### Anexo 8.3

### Programa Condensado



<b>Materia o unidad de aprendizaje:</b> Mercadotecnia Turística	<b>Última actualización:</b> Febrero 2017
<b>Licenciatura:</b> Relaciones Internacionales	<b>Plan:</b> 401
<b>Semestre:</b> Sexto	<b>Créditos:</b> 3

Semana	Tema	Actividades, Tareas, Exámenes	Bibliografía
1	Introducción al curso	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asistencia a clase</li> <li>Explicación de mecánica de trabajo</li> <li>Integración de equipos</li> </ul>	N/A
2	Introducción al marketing turístico y características de los servicios en marketing turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase <b>** Actividad en inglés</b></li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> <li>Kotler et al. 2013</li> </ul>
3	Los mercados de consumo y organizacionales en turismo: características y comportamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
4	Segmentación de mercado, selección de mercados objetivo y posicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
5	Marketing de destinos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> <li><b>Evidencia:</b> <i>Reporte de investigación de mercado</i></li> <li><b>Examen teórico – conceptual (1)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
6	Diseño y gestión de productos para turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
7	Diseño y gestión de productos para turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>



## Anexo 8.3



### Programa Condensado

8	Fijación del precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
9	Canales de distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
10	Comunicación de marketing integral: publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
11	Comunicación de marketing integral: publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
12	Comunicación de marketing integral: venta personal, marketing directo y online	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
13	Comunicación de marketing integral: venta personal, marketing directo y online	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
14	El plan de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitación expositiva</li> <li>Notas de clase</li> <li>Discusión y debate en clase</li> <li><b>Evidencia: Documento de estrategia de marketing mix de un destino o producto turístico</b></li> <li><b>Examen teórico – conceptual (2)</b></li> <li><b>Producto Integrador de Aprendizaje</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotler et al., 2011</li> <li>Bigné et al., 2000</li> <li>Lanquar, 2001</li> </ul>
15	Entrega de resultados	Firma de Calificaciones	
16	<b>Entrega de Resultados en SIASE</b>		
17	Asesorías segunda Oportunidad		
18	Segunda Oportunidad		
19	Segunda Oportunidad		
20	<b>Entrega de Resultados en SIASE</b>		



## Anexo 8.3

### Programa Condensado



#### ACTIVIDADES PARA EL ALUMNO

Asistencia en clase.
Evidencias
Exámenes
Presentaciones

#### EVALUACIÓN

Reporte de investigación de mercado	15
Examen teórico conceptual (1)	20
Documento de estrategia de marketing mix de un destino o producto turístico	15
Examen teórico conceptual (2)	20
Producto Integrador de Aprendizaje	25
Asistencia	5
<b>Total</b>	<b>100</b>

#### BIBLIOGRAFÍA TEXTO

Nombre del Libro:	Marketing turístico
Autor (es):	KOTLER, P.; BOWEN, J.T.; MAKENS, J.C.; GARCÍA DE MADARIAGA, J.; FLORES, J.
Editorial:	Pearson
Fecha de publicación:	2011
Nombre del Libro:	Marketing turístico: de lo global a lo local
Autor (es):	LANQUAR, R.
Editorial:	Ariel Turismo
Fecha de publicación:	2000
Nombre del Libro:	Marketing for Hospitality and Tourism
Autor (es):	KOTLER, P.; BOWEN, J.T.; MAKENS, J.C
Editorial:	Pearson
Fecha de publicación:	2013
Nombre del Libro:	Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo



## Anexo 8.3

### Programa Condensado



Autor (es):	BIGNÉ, E.; FONT, X.; ANDREU, L.
Editorial:	ESIC
Fecha de publicación:	2000

ccp. Secretarios Académicos  
ccp. Auxiliar Académico  
ccp. Alumno