



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Anexo 8.3

Programa Condensado



FCPyRI

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

Materia o unidad de aprendizaje: Mercadotecnia turística	Última actualización: Agosto 2017
Licenciatura: Relaciones Internacionales.	Plan: 401
Semestre: Séptimo	Créditos: 3

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



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Anexo 8.3

Programa Condensado



FCPyRI

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

7	Diseño y gestión de productos para turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión y debate en clase • Facilitación expositiva • Notas de clase • Discusión y debate en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanquar, 2001 • Kotler et al., 2011 • Bigné et al., 2000 • Lanquar, 2001
8	Fijación del precio	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitación expositiva • Notas de clase • Discusión y debate en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler et al., 2011 • Bigné et al., 2000 • Lanquar, 2001
9	Canales de distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitación expositiva • Notas de clase • Discusión y debate en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler et al., 2011 • Bigné et al., 2000 • Lanquar, 2001
10	Comunicación de marketing integral: publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitación expositiva • Notas de clase • Discusión y debate en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler et al., 2011 • Bigné et al., 2000 • Lanquar, 2001
11	Comunicación de marketing integral: publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitación expositiva • Notas de clase • Discusión y debate en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler et al., 2011 • Bigné et al., 2000 • Lanquar, 2001
12	Comunicación de marketing integral: venta personal, marketing directo y online	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitación expositiva • Notas de clase • Discusión y debate en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler et al., 2011 • Bigné et al., 2000 • Lanquar, 2001
13	Comunicación de marketing integral: venta personal, marketing directo y online	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitación expositiva • Notas de clase • Discusión y debate en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler et al., 2011 • Bigné et al., 2000 • Lanquar, 2001
14	El plan de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitación expositiva • Notas de clase • Discusión y debate en clase • Evidencia: Documento de estrategia de marketing mix de un destino o producto turístico • Examen teórico – conceptual (2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler et al., 2011 • Bigné et al., 2000 • Lanquar, 2001



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN®

Anexo 8.3

Programa Condensado



FCPyRI

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

		• Producto Integrador de Aprendizaje	
15	Firma de Calificaciones	Entrega de resultados	N/A
16	Resultados en SIASE	N/A	N/A
17	Asesorías de segunda oportunidad	Actividades, evidencias y exámenes	N/A
18	Curso de segunda oportunidad	Actividades, evidencias y exámenes	N/A
19	Curso de segunda oportunidad	Actividades, evidencias y exámenes	N/A
20	Entrega de resultados	Entrega de resultados	N/A

ACTIVIDADES PARA EL ALUMNO

Asistencia en clase.
Evidencias
Exámenes
Presentaciones

EVALUACIÓN

Reporte de investigación de mercado	
Examen teórico conceptual (1)	
Documento de estrategia de marketing mix de un destino o producto turístico	
Examen teórico conceptual (2)	
Producto Integrador de Aprendizaje	
Asistencia	
Total	



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN®

Anexo 8.3

Programa Condensado



FCPyRI

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

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

ccp. Secretarios Académicos

ccp. Auxiliar Académico

ccp. Alumno