



**Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación**

**Carrera:** Lic. en Turismo

**Nombre del curso:** Marketing turístico

**Semestre:** 1

**Créditos y carga horaria:** 13 créditos, 64 horas aula y plataforma eva

**Responsable del curso (nombre y cargo):** Prof. Adj. José Luis Camacho

**Encargado del curso (nombre y cargo):** Prof. Adj. José Luis Camacho

**Otros participantes del curso (nombres y cargos):** Prof. Ayud. Luis Barragán

**Marcar con una cruz las opciones que correspondan:**

| TIPO DE CURSO    | X | ASISTENCIA                   | X | FORMA DE EVALUACIÓN | X |
|------------------|---|------------------------------|---|---------------------|---|
| Teórico          |   | Asistencia Libre             |   | Parciales           |   |
|                  |   |                              |   | Examen              |   |
|                  |   |                              |   | Informe             |   |
|                  |   |                              |   | Monografía          |   |
|                  |   |                              |   |                     |   |
| Teórico-práctico | X | Asistencia obligatoria (75%) | X | Parciales           | X |
|                  |   | Asistencia libre             |   | Trabajos prácticos  | X |
|                  |   | Asistencia a prácticos       |   | Informe             |   |
|                  |   |                              |   | Examen              |   |
|                  |   |                              |   | Monografía          |   |
|                  |   |                              |   |                     |   |
| Práctico         |   | Asistencia obligatoria (75%) |   | Parciales           |   |
|                  |   |                              |   | Trabajos prácticos  |   |
|                  |   |                              |   | Informe             |   |
|                  |   |                              |   |                     |   |
| Seminario        |   | Asistencia obligatoria (75%) |   | Monografía          |   |
|                  |   |                              |   | Informe trabajo     |   |
|                  |   |                              |   | pasaje de curso     |   |
|                  |   |                              |   | Trabajos prácticos  |   |

## **Objetivos:**

Al final del curso el participante estará en condiciones de comprender las variables del Marketing, en especial su relación con el Turismo. Además podrá formular un plan de Marketing donde se conjuguen todos los elementos teóricos aprendidos en el curso, llevándolos a la práctica a través de un caso.

## **Contenidos:**

### **1. Introducción**

Qué es el Marketing? Su relación con el Turismo.  
Conceptos; necesidades, deseos, demanda,...

### **2. Los servicios y el turismo**

Características de los servicios  
Prestación de servicios

### **3. Planificación estratégica**

Estrategias competitivas del Marketing con énfasis en el sector turismo.

### **4. Ambiente**

Micro y macro ambiente.

### **5. Investigación de mercado**

Sistema de información de Marketing  
Evaluación de las necesidades de información.  
Recolección de la información  
Análisis de la información

### **6. Mercado de consumo y comportamiento del consumidor**

Característica del comprador  
Proceso de decisión de compra

### **7. Mercados corporativos**

Características de los compradores corporativos  
Proceso de decisión corporativa

### **8. Segmentación y posicionamiento**

Bases para la segmentación de los mercados.  
Posicionamiento en el mercado.

### **9. Demanda del mercado**

Cálculo de la demanda.  
Pronóstico de la demanda

### **10. Desarrollo de productos**

Niveles de productos  
Decisiones sobre la marca  
Desarrollo de nuevos productos  
Ciclo de vida del producto

### **11. Fijación e precios**

Factores a considerar en la fijación de precios  
Estrategias para establecer políticas de precio  
Cambio de precio

### **12. Canales de distribución**

Naturaleza de los canales  
Diseño del canal.

### **13. Políticas de comunicación**

Desarrollo de un sistema de comunicación  
Presupuesto de comunicación  
Publicidad  
Promoción de ventas  
Relaciones públicas  
Ventas personales.  
Marketing en Internet

### **Bibliografía básica:** (incluir únicamente diez entradas)

El resto de la bibliografía se indicará en clase.

#### **Básica**

1. Kotler, Philip, Bowen, John, Makens, James, *Marketing para Turismo*, 3ª Ed.- Pearson Prentice Hall, España, 2004

2. Ries, Al, Trout, Jack, *Posicionamiento*, 1ª Ed. Revisada , Mc Graw Hill , España 1989

#### **Complementaria**

3. Kotler, Philips, Gertner, David, Rein, Irving, Haider, Donald. *Marketing internacional de lugares y destinos*, 1ª Ed. - Pearson Prentice Hall, México, 2007

4. Mediano, Lucía, *La gestión de marketing en el turismo rural*, Pearson Prentice may, España, 2004

5. Mochón, Francisco, *Economía y Turismo*, Mc Graw Hill, España, 2004

6. Raya, José María, *Estadística aplicada al turismo*, Pearson Prentice Hall, España, 2004

**Año 2014**