



Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera: Licenciatura en Turismo

Unidad curricular: Gestión de Comercialización

Área Temática: Operativa

Semestre: Par

Responsable del curso: Prof.Adj. José Luis Camacho

Encargado del curso: Prof.Adj. José Luis Camacho

Otros participantes del curso: Ay. Luis Barragán

El total de Créditos corresponde a:

Carga horaria presencial	96 horas
Trabajos domiciliarios	NO
Plataforma EVA	NO
Trabajos de campo	NO
Monografía	NO
Otros	
TOTAL DE CRÉDITOS	13

Asistencia	Obligatoria - 75%
-------------------	--------------------------

Permite exoneración	SI
----------------------------	-----------

Forma de evaluación :

La evaluación del curso se realizará a partir de dos instancias, la primera compuesta por un parcial con un máximo de 30 puntos y una segunda instancia por un valor de 70 puntos consistente en un segundo parcial con un máximo de 40 puntos y trabajos realizados en clase en forma grupal con un máximo de 30 puntos, según la siguiente escala:

Para **aprobar el curso** es necesario haber concurrido al 75% de las clases dictadas.

Para conseguir la exoneración se debe obtener un mínimo de nota 4 en cada una de las instancias y un promedio caumulado de nota 6 según reglamento vigente. De no conseguir dicho puntaje habiendo cumplido con el mínimo de asistencias al curso el alumno podrá aprobarlo por examen.

Conocimientos previos requeridos/recomendables (si corresponde):

Haber cursado Marketing

Objetivos:

La finalidad del curso es permitir al participante llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en la materia Marketing turístico. Asimismo podrá formular un plan de Comercialización de las diferentes ofertas posibles en el área turística, conjugando todos los elementos teóricos aprendidos en el curso y llevándolos a la práctica a través de un caso.

Contenidos:

- **Introducción**
El turismo dentro de la economía.
Evolución del mercado.
- **Demanda Turística**
Concepto de la estructura del mercado turístico.
Cálculo de la demanda.
Estacionalidad.
Cálculo de índices.
- **Oferta turística**
Características del servicio turístico.
Competitividad.
- **Mercado**
Comportamiento del consumidor.
Tipos de compra.
Mercado receptivo.
- **Investigación de mercado**
Investigación de mercado aplicada.
Fases de la investigación.
Sistemas cuantitativos.
Fuentes estadísticas.
- **Segmentación**
Clases de mercados.
- **Política de productos**
Características de los productos turísticos.
Desarrollo de nuevos productos.
Estrategias según la fase del ciclo de vida.
- **Política de precios**
Fijación de precios.
Estrategias de precios.

Indices de precios.

- **Política de distribución**
Principales formas de distribución.
Estrategias de distribución.
- **Política de comunicación**
Proceso de comunicación.
Estrategias de comunicación.

Bibliografía básica:

1. COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS - Isabel Milio Balanzá , Mónica Cabo Nadal - Ed. Paraninfo - Madrid 2000
2. DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURISTICOS LOCALES Y REGIONALES – Isabel Milio Balanzá – Ed. Paraninfo – Madrid 2004
3. COMERCIALIZACION DEL TURISMO - Favio Cárdenas - Ed. Trillas - 3ra. Ed. - México 1999
4. INTRODUCCION AL TURISMO – Amparo Sancho – Organización Mundial del Turismo (OMT) – 1ra. Ed. - Madrid 1998
5. MARKETING Y TURISMO – Carmen Altes – Ed. Síntesis – Madrid 1993
6. ESTADÍSTICA APLICADA LA TURISMO – José María Raya – Ed. Pearson – Madrid 2004

Año 2016