

Octavo

Cuatrimestre

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **GRUPOS Y CONVENCIONES**

(2) CICLO: OCTAVO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:  
LAET0836

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

AL TÉRMINO DEL CURSO EL ALUMNO EXPLICARÁ Y DISEÑARÁ LA FORMA DE ORGANIZACIÓN, OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS TURÍSTICOS, DEDICADA A LA OPERACIÓN DE GRUPOS Y CONVENCIONES.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. AGENCIAS DE VIAJES

- 1.1 CONCEPTUALIZACIÓN Y CLASIFICACIÓN
- 1.2 PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES
- 1.3 PERFIL PROFESIONAL DE OPERADORES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

2. OFICINA DE CONVENCIONES

- 2.1 CONGRESOS Y CONVENCIONES
- 2.2 FACTORES QUE ORIGINAN LOS GRUPOS
- 2.3 BENEFICIOS QUE APORTAN LOS GRUPOS
- 2.4 PERFIL DEL COORDINADOR DE GRUPOS Y CONVENCIONES

3. COMITÉ ORGANIZADOR

- 3.1 COORDINADOR GENERAL
- 3.2 COMITÉ DE FINANZAS
- 3.3 COMITÉ DE PROGRAMA TÉCNICO
- 3.4 COMITÉ EJECUTIVO
- 3.5 COMITÉ DE PROMOCIÓN
- 3.6 COMITÉ DE PRENSA Y DIFUSIÓN
- 3.7 COMITÉ DE TRANSPORTACIÓN
- 3.8 COMITÉ DE RECEPCIÓN Y HOSPEDAJE
- 3.9 COMITÉ DE REGISTRO
- 3.10 COMITÉ DE ALOJAMIENTO
- 3.11 COMITÉ DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
- 3.12 COMITÉ DE FESTEJOS
- 3.13 COMITÉ DE ORNATO Y ROTULACIÓN
- 3.14 COMITÉ DE EXHIBICIONES
- 3.15 COMITÉ DE SERVICIOS GENERALES

4. CENTROS DE CONGRESOS Y CONVENCIONES

- 4.1 INTRODUCCIÓN
- 4.2 DATOS GEOGRÁFICOS

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

4.3 FACTORES

4.4 INSTALACIONES

4.5 FUNCIONAMIENTO

4.6 CENTRO INTERNACIONAL DE ESPECTÁCULOS, CONVENCIONES Y  
EXPOSICIONES DE ACAPULCO

5. OPERATIVIDAD

5.1 INSPECCIÓN

5.2 CONFIRMACIÓN

5.3 CONTRATO

5.4 FORMATO DETALLADO DEL EVENTO

5.5 PROGRAMA PARA ACOMPAÑANTES

5.6 CANCELACIÓN

5.7 MEMORANDUM DE OPERACIÓN

5.8 FOLLOW UP

5.9 EVENTOS INTERNACIONALES

5.10 RUTA CRÍTICA

5.11 REGISTRO PRECONVENCIÓN

5.12 PRE-REGISTRO

5.13 REGISTRO

5.14 CUENTA MAESTRA

5.15 MONTAJE DE SALONES

5.16 SALA DE CONVENCIONES

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL
- EXPOSICIÓN DE TEMAS
- VISITAS A RECINTOS, SALONES Y ESPACIOS PARA EVENTOS
- SIMULACIÓN DE UN FORO

INDEPENDIENTES:

- CONSULTA DE INTERNET
- VISITAS CONSULTA BIBLIOGRÁFICA

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 30%  
UN EXAMEN FINAL 20%

EVALUACIÓN CONTINUA 50%. DISTRIBUIDA COMO SIGUE:  
ORGANIZACIÓN DE UN FORO 40%  
REPORTES ESCRITOS DE LAS VISITAS 10%

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **PROBLEMAS ECONÓMICOS DE MÉXICO**

(2) CICLO: OCTAVO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA: LAET0837

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA  
AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO ANALIZARÁ LOS PROBLEMAS REGIONALES, DEL PAÍS Y ELABORARÁ PROPUESTAS DE SOLUCIÓN FUNDAMENTADO EN LOS CONOCIMIENTOS DE LA ECONOMÍA.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE MÉXICO.
  - 1.1 CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO
  - 1.2 ASPECTOS SOCIALES DEL DESARROLLO ECONÓMICO
2. DESARROLLO AGROPECUARIO Y POLÍTICA AGROPECUARIA
  - 2.1 CRECIMIENTO DEL SECTOR AGROPECUARIO
  - 2.2 LA CUESTIÓN AGRARIA
  - 2.3 FUNCIONES, PROBLEMAS Y SOLUCIONES DEL SECTOR.
3. DESARROLLO INDUSTRIAL Y POLÍTICA INDUSTRIAL.
  - 3.1 CRECIMIENTO DEL SECTOR INDUSTRIAL.
  - 3.2 LA POLÍTICA INDUSTRIAL.
  - 3.3 FUNCIONES, PROBLEMAS Y SOLUCIONES DEL SECTOR.
4. DESARROLLO SUSTENTABLE EN EL SISTEMA ECONÓMICO.
  - 4.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE LO REGIONAL.
  - 4.2 INDICADORES DE DESARROLLO REGIONAL.
  - 4.3 REGIONES ECONÓMICAS DE MÉXICO,
    - 4.3.1 CARACTERIZACIÓN DE LA POLÍTICA REGIONAL EN MÉXICO.
    - 4.3.2 LA POLÍTICA ECONÓMICA EN MÉXICO Y EL DESARROLLO REGIONAL.
    - 4.3.3 INTEGRACIÓN REGIONAL AL DESARROLLO SUSTENTABLE.
5. POLÍTICA FINANCIERA, FISCAL Y MONETARIA.
  - 5.1 POLÍTICA FINANCIERA.
  - 5.2 POLÍTICA FISCAL.
  - 5.3 POLÍTICA MONETARIA Y CREDITICIA.
  - 5.4 EL SISTEMA FINANCIERO.
6. RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES.
  - 6.1 DEPENDENCIA Y RELACIONES-ECONÓMICAS INTERNACIONALES
  - 6.2 BALANZA DE PAGOS Y RELACIONES ECONÓMICAS CON EL EXTERIOR.
  - 6.3 POLÍTICA ECONÓMICA EXTERIOR.

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- MESAS REDONDAS
- ANÁLISIS DOCUMENTAL
- ELABORACIÓN DE ENSAYOS

INDEPENDIENTES:

- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL
- CONSULTA BIBLIOGRÁFICA
- VISITA SITIOS DE INTERNET

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 30%

UN EXAMEN FINAL 30%

EVALUACIÓN CONTINUA 40%. DISTRIBUIDA COMO SIGUE:

ANÁLISIS DE CASOS 20%

ENSAYOS 20%

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **PROYECTOS TURÍSTICOS**

(2) CICLO: OCTAVO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:  
LAET0838

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:  
AL TÉRMINO DEL CURSO EL ALUMNO APLICARÁ LOS CRITERIOS PARA EL DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS, ANALIZANDO LOS TIPOS DE FINANCIAMIENTO, MERCADOS A QUIEN VA DIRIGIDO, Y LOS ESTUDIOS TÉCNICOS DE FACTIBILIDAD, DESTACANDO LA IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN Y EL DESARROLLO DE CUALQUIER EMPRESA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. ANTECEDENTES GENERALES
  - 1.1 PLANIFICACIÓN, PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL
  - 1.2 ANTECEDENTES Y ELEMENTOS BÁSICOS PARA LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS
  - 1.3 NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO
2. ESTUDIO DE MERCADO
  - 2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO DE UN PROYECTO
  - 2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y LA OFERTA
  - 2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA COMERCIALIZACIÓN
  - 2.4 EL PRODUCTO DEL PROYECTO Y SUS MERCADO
3. ESTUDIO TÉCNICO
  - 3.1 ESTUDIO BÁSICO
  - 3.2 ESTUDIO COMPLEMENTARIO
  - 3.3 DISTRIBUCIÓN DE COSTO
4. ESTUDIO FINANCIERO
  - 4.1 RECURSOS FINANCIEROS PARA LA INVERSIÓN
  - 4.2 ANÁLISIS Y PROYECCIONES FINANCIERAS
  - 4.3 FINANCIAMIENTO
  - 4.4 EVALUACIÓN FINANCIERA
5. EVALUACIÓN ECONÓMICA
  - 5.1 RELACIÓN ENTRE EL PROYECTO Y EL SISTEMA ECONÓMICO
  - 5.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- MESAS REDONDAS
- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL
- EXPOSICIÓN DE TEMAS
- ANÁLISIS DEL PLAN NACIONAL DE TURISMO.
- ELABORACIÓN DE UN PROYECTO

INDEPENDIENTES:

- INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA
- CONSULTA DE INTERNET

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

DOS EXÁMENES PARCIALES 30%

UN EXAMEN FINAL 20%

EVALUACIÓN CONTINUA 50%. DISTRIBUIDAS COMO SIGUE:

PRESENTACIÓN DE UN PROYECTO TURÍSTICO 40%

ANÁLISIS DEL PLAN NACIONAL DE TURISMO 10%

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

(2) CICLO: OCTAVO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:  
LAET0839

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:  
AL TÉRMINO DEL CURSO EL ALUMNO ELABORARÁ PLANES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO, PLANES ESTRATÉGICOS Y OPERACIONALES, EN ENTIDADES QUE PERTENCEN AL SECTOR TURISMO, ASÍ COMO IMPLEMENTAR EL CONTROL DE GESTIÓN EN ENTIDADES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA
  - 1.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA
  - 1.2 RESPONSABILIDAD
  - 1.3 PROCESO
  - 1.4 PLANIFICACIÓN FORMAL POR PARTE DEL ESTADO
  - 1.5 PLANIFICACIÓN MULTINACIONAL GLOBAL
  - 1.6 ORIENTACIÓN Y ENFOQUES
2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
  - 2.1 CONCEPTO
  - 2.2 DEFINICIÓN DE LARGO PLAZO
  - 2.3 PERSPECTIVAS Y TENDENCIAS
  - 2.4 DESARROLLO DEL PROCESO
  - 2.5 ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA
3. PLANIFICACIÓN OPERACIONAL ESTRATÉGICA
  - 3.1 PLANIFICACIÓN OPERACIONAL Y PRESUPUESTO
  - 3.2 ESTRUCTURA DEL PRESUPUESTO PÚBLICO
  - 3.3 CLASIFICACIÓN DEL PRESUPUESTO POR PROGRAMA
  - 3.4 CONTENIDO DEL PLAN NACIONAL DE TURISMO
  - 3.5 ORGANIZACIÓN OPERATIVA
  - 3.6 ORGANIZACIÓN DE APOYO
  - 3.7 UNIDADES DE ASESORAMIENTO GENERAL
  - 3.8 DEPENDENCIAS DE LA SECRETARÍA DE TURISMO
4. CONTROL DE GESTIÓN
  - 4.1 CONCEPTO.
  - 4.2 TIPOS DE CONTROL DE GESTIÓN.
  - 4.3 SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y CONTROL.
  - 4.4 PRINCIPIOS BÁSICOS.
    - 4.4.1 INTERRELACIÓN ENTRE DIFERENTES NIVELES
5. CONTROL DE GESTIÓN A NIVEL ESTRATÉGICO.
  - 5.1 INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE EL DESARROLLO DEL TURISMO.
  - 5.2 ANÁLISIS DE LA SIGNIFICACIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO.
  - 5.3 ANÁLISIS DE LA TRASCENDENCIA SOCIOCULTURAL.
  - 5.4 ANÁLISIS DEL IMPACTO ECOLÓGICO.
  - 5.5 ANÁLISIS DE LA SIGNIFICACIÓN POLÍTICA

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

5.6 RESPONSABILIDAD EN LA EMPRESA DEL CONTROL DE GESTIÓN  
5.7 SISTEMA DE INFORMACIÓN A NIVEL ESTRATÉGICO

6. CONTROL DE GESTIÓN A NIVEL ESTRATÉGICO

- 6.1 EVALUACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA
- 6.2 EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN
- 6.3 EVALUACIÓN DE ACCIONES DE RELACIONES PÚBLICAS
- 6.4 OTRAS ACCIONES EN EL CAMPO OPERATIVO
- 6.5 EJECUCIÓN DEL CONTROL EN NIVEL OPERATIVO

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL
- ANÁLISIS DE PLANES
- TRABAJO EN EQUIPO
- ELABORACIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS

INDEPENDIENTES:

- CONSULTA BIBLIOGRÁFICA
- INVESTIGACIÓN HEMEROGRÁFICA

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

DOS EXÁMENES PARCIALES 30%

UN EXAMEN FINAL 30%

EVALUACIÓN CONTINUA 40 %. DISTRIBUIDA COMO SIGUE:

ELABORACIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS 20%

INVESTIGACIÓN DE CAMPO 20%

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

(2) CICLO: OCTAVO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:  
LAET 0840

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

AL TÉRMINO DEL CURSO EL ALUMNO IDENTIFICARÁ LOS FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LOS APLICARÁ A LA REALIZACIÓN DE UNA INVESTIGACIÓN RELACIONADA CON SU CARRERA.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. CIENCIA Y CONOCIMIENTO

CONCEPTO DE CONOCIMIENTO  
TIPOS DE CONOCIMIENTO

CONOCIMIENTO COTIDIANO  
CONOCIMIENTO CIENTÍFICO  
MODELO DE CONOCIMIENTO MECANICISTA-MATERIALISTA  
(OBJETO→SUJETO)

MODELO IDEALISTA-SUBJETIVO (SUJETO→OBJETO)  
MODELO DE CONOCIMIENTO DE INTERACCIÓN HISTÓRICA O DE  
INTERACCIÓN SUJETO-OBJETO (SUJETO↔OBJETO)

CONCEPTO DE CIENCIA  
CARACTERÍSTICAS DEL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO

2. CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO

2.1. CONOCIMIENTO COTIDIANO (ORDINARIO)

- 2.1.1 PERCEPCIÓN Y SENTIDOS
- 2.1.2 PROCESOS DE RAZONAMIENTO
- 2.1.3 RAZONAMIENTO ANALÍTICO
- 2.1.4 RAZONAMIENTO SINTÉTICO

2.2 FORMAS DE APROXIMACIÓN AL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO

- 2.2.1 MÉTODO INDUCTIVO
- 2.2.2 FALSACIONISMO
- 2.2.3 MÉTODO DEDUCTIVO
- 2.2.4 MÉTODO AXIOMÁTICO
- 2.2.5 MÉTODO ANALÓGICO
- 2.2.6 MÉTODO HEURÍSTICO
- 2.2.7 MÉTODO DIALÉCTICO

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

- 3.1.1 HISTÓRICA
- 3.1.2 DESCRIPTIVA
- 3.1.3 DESARROLLO
- 3.1.4 ESTUDIO DE CASO
- 3.1.5 CORRELACIONAL
- 3.1.6 COMPARATIVA
- 3.1.7 EXPERIMENTAL
- 3.1.8 PARTICIPATIVA
- 3.1.9 EVALUATIVA

3.2 ETAPAS EN LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

- 3.2.1 PROBLEMATIZACIÓN
- 3.2.2 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN (INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL)
- 3.2.3 MARCO TEÓRICO
- 3.2.4 HIPÓTESIS: FORMULACIÓN Y CONTRASTACIÓN
- 3.2.5 CONSTRUCCIÓN DE VARIABLES
- 3.2.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN
- 3.2.7 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- DISCUSIÓN GRUPAL DE LOS TEMAS
- APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN
- REALIZACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN RELACIONADO CON EL CAMPO PROFESIONAL

INDEPENDIENTES:

- INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA
- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL
- INVESTIGACIÓN HEMEROGRÁFICA

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 30% CADA UNO

UN EXAMEN FINAL: EL CUAL CONSISTIRÁ EN EL DESAROLLO DE UNA INVESTIGACIÓN RELACIONADA CON SU CARRERA 30%

EVALUACIÓN CONTINUA 10%

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **MERCADOTECNIA TURÍSTICA**

(2) CICLO: OCTAVO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA: LAET0841

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

AL FINALIZAR EL CURSO, EL ALUMNO APLICARÁ LAS TÉCNICAS DE MERCADOTECNIA, UTILIZANDO LOS PRECIOS, PRODUCTO PLAZA Y PROMOCIÓN EN UN DESARROLLO TURÍSTICO.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. MERCADOTECNIA TURÍSTICA.

- 1.1 CONCEPTO DE MERCADOTÉCNIA TURÍSTICA
- 1.2 DIVERSOS TIPOS DE MERCADOS TURÍSTICOS
- 1.3 EL CONCEPTO DE MARCA EN EL MERCADO TURÍSTICO.
- 1.4 ÁMBITO DE APLICACIÓN DE MERCADOTÉCNIA TURÍSTICA

2. MEZCLA MERCADOLÓGICA EN EL TURISMO (MARKETING MIX).

- 2.1 PRECIOS Y TARIFAS EN EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS
- 2.2 EL PRODUCTO TURÍSTICO
- 2.3 DESTINOS TURÍSTICOS COMO PLAZA Y SUS CANALES DE DISTRIBUCIÓN.
- 2.4 ANÁLISIS D.A.F.O. EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS
- 2.5 POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS
- 2.6 PRINCIPIO Y FIN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS
- 2.7 CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS
- 2.8 LA PROMOCIÓN TURÍSTICA
  - 2.8.1 PROMOCIÓN GUBERNAMENTAL
  - 2.8.2 PROMOCIÓN ESTATAL
  - 2.8.3 PROMOCIÓN EMPRESARIAL
  - 2.8.4 FONDOS DE PARTICIPACIÓN MIXTA

3. TÉCNICAS DE MERCADOTÉCNIA APLICADAS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

- 3.1 ESTUDIOS DE DEMANDA TURÍSTICA
  - 3.1.1 CORRIENTE TURÍSTICA
  - 3.1.2 CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA
- 3.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO
  - 3.2.1 DIVERSOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA EMPRESAS DE SERVICIOS.
  - 3.2.2 LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN EL TURISMO
- 3.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL TURISMO

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

4. ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA DE MARKETING TURÍSTICO
  - 4.1 INFORMACIÓN SOBRE LOS MERCADOS Y LA SITUACIÓN DEL DESTINO Y SUS PRODUCTOS
  - 4.2 LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN DE MARKETING PARA CADA MERCADO
    - 4.2.1 ENFOQUE DE MARKETING
    - 4.2.2 OBJETIVOS DE MARKETING
    - 4.2.3 ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING
  - 4.3 ELABORACIÓN DEL PROGRAMA DE MARKETING PARA CADA MERCADO
    - 4.3.1 SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA PROMOCIONAL
    - 4.3.2 DETERMINACIÓN DE LAS ACCIONES QUE SE DESARROLLARÁN
    - 4.3.3 DISEÑO DE MATERIAL PROMOCIONAL
    - 4.3.4 PRESUPUESTACIÓN DEL PROGRAMA
    - 4.3.5 PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA
  - 4.4 CALENDARIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES
  - 4.5 CONTROL DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING
    - 4.5.1 INDICADORES CUALITATIVOS
    - 4.5.2 INDICADORES CUANTITATIVOS
    - 4.5.3 ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- ELABORACIÓN Y APLICACIÓN DE CUESTIONARIOS
- ELABORACIÓN DE PLAN DE MARKETING
- APLICACIÓN DE ESTADÍSTICAS

INDEPENDIENTES:

- CONSULTA BIBLIOGRÁFICA
- INVESTIGACIÓN DE CAMPO

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 30%

UN EXAMEN FINAL QUE COMPRENDERÁ LA PRESENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING 40%

EVALUACIÓN CONTINUA 30%. DISTRIBUIDA COMO SIGUE:

APLICACIÓN DE CUESTIONARIOS 20%

ELABORACIÓN DE ESTADÍSTICAS 10%