

# TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TURISMO

## HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS

<b>1. Nombre de la asignatura</b>	<b>Comercialización del turismo</b>
<b>2. Competencias</b>	Administrar la operación de las organizaciones turísticas a través de herramientas y técnicas especializadas, verificando el cumplimiento de los estándares establecidos para contribuir a la diversificación de la oferta turística y el desarrollo del sector.
<b>3. Cuatrimestre</b>	Tercero
<b>4. Horas Prácticas</b>	45
<b>5. Horas Teóricas</b>	15
<b>6. Horas Totales</b>	60
<b>7. Horas Totales por Semana Cuatrimestre</b>	4
<b>8. Objetivo de la Asignatura</b>	El alumno elaborará un programa de comercialización y fidelización del cliente aplicando sus herramientas y mercado meta para contribuir al posicionamiento de la organización turística.

Unidades Temáticas	Horas		
	Prácticas	Teóricas	Totales
<b>I. Herramientas de comercialización</b>	30	10	40
<b>II. Seguimiento al cliente</b>	15	5	20
<b>Totales</b>	<b>45</b>	<b>15</b>	<b>60</b>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

# COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

## UNIDADES TEMÁTICAS

<b>1. Unidad Temática</b>	<b>I. Herramientas de comercialización</b>
<b>2. Horas Prácticas</b>	30
<b>3. Horas Teóricas</b>	10
<b>4. Horas Totales</b>	40
<b>5. Objetivo</b>	El alumno elaborará un programa de comercialización de servicios turísticos para contribuir a las ventas de la organización.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Conceptos básicos de la comercialización.	Describir los conceptos de comercialización: -Comercialización -Mercado -Producto o servicio turístico -Ventas -Promoción de ventas -Publicidad -Relaciones Públicas -Ventas Personales		Responsabilidad Activo Trabajo en equipo Puntualidad Compromiso Tolerancia Respeto
Herramientas de promoción y negociación.	Describir las herramientas y aplicación de los tipos promoción: -Promoción de Ventas -Publicidad -Relaciones Públicas -Ventas Personales  Describir los tipos de negociación: - Competitivas -Colaborativas	Elaborar actividades de promoción de los servicios turísticos.	Responsabilidad Activo Trabajo en equipo Puntualidad Compromiso Tolerancia Respeto

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

## COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A través de un caso dado, realizará una propuesta de un programa de comercialización anual que presente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Descripción del organismo turístico.</li> <li>-Mercado meta.</li> <li>-Tipo de negociación</li> <li>-Acciones de promoción de ventas.</li> <li>-Acciones de Publicidad.</li> <li>- Acciones de Relaciones Públicas.</li> <li>-Acciones de Ventas personales.</li> <li>-Cronograma</li> <li>- justificación</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Identificar los conceptos de comercialización.</li> <li>2.-Comprender el procedimiento de aplicación de las herramientas de promoción.</li> <li>3.- Identificar las técnicas de negociación.</li> <li>4. Integrar un programa de comercialización.</li> </ol>	<p>Estudios de casos Lista de cotejo</p>

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:**

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2010

# COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Equipos colaborativos Tareas de investigación	Proyector Lap top Pizarrón Pintarrón Impresos

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

REVISÓ:

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

# COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

## UNIDADES TEMÁTICAS

<b>1. Unidad Temática</b>	<b>II. Seguimiento al cliente</b>
<b>2. Horas Prácticas</b>	15
<b>3. Horas Teóricas</b>	5
<b>4. Horas Totales</b>	20
<b>5. Objetivo</b>	El alumno elaborará un programa de fidelización del cliente para coadyuvar a la comercialización y posicionamiento de la organización turística.

<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Fidelización del cliente	Identificar el concepto de un programa de fidelización de cliente.  Describir la estructura y objetivo del programa de fidelización de cliente:  - Descripción del organismo. - Descripción del programa. - Selección del cliente leal. - Estructura de comunicación con el cliente leal. - Descripción de premios y beneficios para el cliente leal.	Determinar el programa de Fidelización aplicando la técnica especializada.	Ética Responsabilidad Trabajo en equipo liderazgo Toma de decisiones

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Customer Relationship Management (CRM)	Describir el objetivo y características de los elementos del programa CRM:  - Operacional - Analítico - Colaborativo	Determinar las acciones postventa aplicando el programa CRM.	Ética Responsabilidad Trabajo en equipo liderazgo Toma de decisiones

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:**

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2010

## COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso dado, de una empresa turística elaborará un programa de Fidelización del cliente que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descripción del organismo turístico.</li> <li>- Acciones de postventa</li> <li>- Acciones de Fidelización del cliente</li> <li>- Selección del cliente leal.</li> <li>- Estrategias de comunicación con el cliente leal</li> <li>- Propuesta de premios y beneficios para el cliente leal.</li> <li>- Justificación</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Identificar el concepto de Fidelización de clientes.</li> <li>2. Comprender la estructura y objetivo del programa de Fidelización del cliente.</li> <li>3. Identificar los elementos y características del programa de CRM.</li> <li>4. Comprender el procedimiento de elaboración del programa de Fidelización de clientes y del CRM.</li> </ol>	<p>Estudios de casos Lista de cotejo</p>

**ELABORÓ:** COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

**APROBÓ:** C. G. U. T.

**REVISÓ:**

**FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:** SEPTIEMBRE 2010

# COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Equipos colaborativos Tareas de investigación	Proyector Lap top Pintarrón Impresos de casos internet

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

# COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

## CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Establecer estrategias de comercialización turística considerando las metas y objetivos de las organizaciones, así como las técnicas de mercadotecnia para impulsar su crecimiento.	Elabora un plan de acción que contenga estrategias de: <ul style="list-style-type: none"><li>-promoción</li><li>-ventas</li><li>-publicidad</li><li>-relaciones públicas</li></ul>
Programar las actividades de las áreas prestadoras de servicios considerando los recursos humanos, materiales, la demanda y perfil del turista para cumplir con las metas de la organización.	Elabora un programa que incluya: <ul style="list-style-type: none"><li>- las actividades</li><li>- objetivos y metas</li><li>- asignación de recursos humanos,</li><li>-recursos materiales</li><li>-estimación de costos</li><li>-cronograma</li></ul>
Determinar la oferta y demanda de servicios turísticos mediante un análisis del mercado, para identificar y/o mejorar oportunidades de negocio del estado.	Elabora un informe del estado de la oferta y la demanda que incluya: <ul style="list-style-type: none"><li>-infraestructura turística:<ul style="list-style-type: none"><li>a) Restaurantes y bares</li><li>b) Agencias de viajes y transportación.</li><li>c) Centros recreativos</li><li>d) Oficinas de convenciones y visitantes</li><li>e) Hotelería</li></ul></li><li>-empleos generados por el sector,</li><li>-ingresos del sector</li><li>-índices de ocupación,</li><li>-estancia y gasto promedio,</li><li>-perfil del turista</li><li>-porcentaje de los servicios turísticos más demandados</li></ul> Elabora proyecciones de oferta y demanda, y propone posibilidades reales de negocio.

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

# COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Título del Documento</b>	<b>Ciudad</b>	<b>País</b>	<b>Editorial</b>
Ma. Dolores de Juan Vigaray	(2005)	<i>Comercialización y Retailing: Dstribucion comercial aplicada</i>	Madrid	España	Pearson educación de México
Michael a. Belch	(2004)	<i>Publicidad y promoción: perspectivas de la comunicación de marketing integral</i>	Cd. de México	México	Mcgraw-Hill interamericana
Anastasio Ovejero Bernal	(2004)	<i>Técnicas de negociación: como negociar eficaz y exitosamente</i>	Cd. de México	México	Mcgraw-Hill interamericana
Jeannette Martin	(2007)	<i>Protocolo comercial: tácticas de negociación intercultural</i>	Madrid	España	Grupo Editorial Patria
Cosimo Chiesa de Negri	(2009)	<i>CRM las cinco pirámides del marketing relacional: cómo conseguir que los clientes lleguen para quedarse</i>	Madrid	España	Ediciones Deusto, S.A.
Sergio A. Brumen	(2009)	<i>Competitividad, Clusters e innovación</i>	Cd. de México	México	Trillas
Miguel Ángel Acerenza	(2008)	<i>Promoción turística. Un enfoque metodológico</i>	Cd. de México	México	Trillas
Fabio Cárdenas Tabares	(2009)	<i>Comercialización del Turismo. Determinación y análisis de mercados</i>	Cd. de México	México	Trillas

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA  
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010