



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARIA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACION MEDIA SUPERIOR
CENTRO DE ESTUDIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS No. 13
"RICARDO FLORES MAGÓN"

GUÍA

**de estudio para
presentar ETS de la
UNIDAD DE APRENDIZAJE
COMERCIALIZACION TURÍSTICA
Semestre 2023 2
VESPERTINO**

Integrantes de la academia: David Nathanael Pérez Bello
Blanca estela Sánchez Cázares

Fecha de Elaboración:

16 /05/23



FORMATO DE LA GUÍA DE ESTUDIO

Área: TECNOLÓGICA	Nombre de la Unidad de Aprendizaje: COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA	Nivel/semestre: 6^{TO}
-----------------------------	---	---

Instrucciones generales de la guía:

La presente Guía NO debe entregarse, por lo tanto, no se debe entregar a nadie.

Es una guía de la forma de abordar los temas expuestos en clase que condujeron al caso práctico que se realizó

Se deberá de acompañar con la bibliografía sugerida.

Presentación:

La presente guía busca desarrollar el conocimiento de los alumnos en la Unidad de Aprendizaje Comercialización Turística a través de las Unidades Programáticas:

Unidad 1. Mercado Turístico.

Unidad 2. Precio del Producto Turístico.

Unidad 3. Estrategias de Distribución y mezcla promocional.

Objetivos

1. Facilitar al alumno con este conocimiento para que presente adecuadamente el examen.
2. Instrumentar a través del desarrollo de diversos reactivos de los diferentes temas de la Unidad de Aprendizaje denominada Cocina Internacional, para poder presentar su Examen a Título de Suficiencia.

Justificación

Se genera el siguiente material como apoyo de estudio hacia los alumnos que lo requieran, así como estandarizar los contenidos programáticos por parte del cuerpo docente.



Estructura y contenidos

UNIDAD I. MERCADO TURÍSTICO.

1. Mercado: antecedentes, concepto y elementos.
2. Tipos de mercado desde el punto de vista del cliente.
3. Antecedentes históricos de la mercadotecnia en Latinoamérica.
4. Concepto y elementos del marketing turístico.
5. Modelo del comportamiento del consumo.
6. Segmentación de mercados.
7. Etapas del proceso de actuación en el mercado objetivo.
8. Ventajas de la segmentación de mercados.
9. Variables de segmentación del mercado.
10. Proceso de segmentación de mercados.
11. Requisitos para una segmentación eficaz.
12. Investigación de marketing.
13. Proceso de investigación de marketing.

UNIDAD II. PRECIO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. Producto turístico y sus características.
2. Elementos de un producto turístico.
3. Niveles de productos.
4. Consideraciones del producto.
5. Ciclo de vida de un producto.
6. Precio.
7. Factores generales a tener en cuenta en la fijación de precios.
8. Estrategias para la fijación de precios.

UNIDAD III. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y MEZCLA PROMOCIONAL.

1. Canales de distribución.
2. Funciones de los canales de distribución.
3. Intermediarios en los canales de distribución.
4. Tipos de intermediarios.
5. Tipos de canales.
6. Intermediarios comerciales.
7. El mix de comunicación de marketing.
8. Pasos para el desarrollo de una comunicación eficaz.
9. Publicidad.
10. Relaciones públicas.
11. Principales funciones del departamento de Relaciones Públicas.
12. El proceso de las Relaciones Públicas.
13. Principales vehículos de las Relaciones Públicas.
14. Promoción de ventas.
15. Dirección de ventas profesionales.
16. Tareas de la dirección de ventas.



Evaluación

No tiene evaluación adicional a la aplicación del examen

Materiales para la elaboración de la guía

1. Antología de Comercialización Turística, elaborada por profesora Blanca Estela Sánchez Cázares.
2. Prácticas de la Unidad de Aprendizaje.
3. Internet.

Actividades de estudio

- Banco de reactivos.
- Manejo efectivo del tiempo.

Bibliografía Básica

SÁNCHEZ, Cázares, Blanca Estela (2023); Antología de Academia Comercialización Turística, IPN, CECyT 13; 2023.