

HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS
INFORMACIÓN REQUERIDA POR ASIGNATURA

GASTRONOMÍA

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: COMERCIALIZACIÓN
2. NIVEL DEL SABER: FLEXIBLE
3. ÁREA DE CONOCIMIENTO: CONOCIMIENTOS TÉCNICOS
4. COMISIÓN ACADÉMICA: DE SERVICIOS
5. NÚMERO CONSECUTIVO DE ASIGNATURA:
6. CUATRIMESTRE: CUARTO
7. HORAS PRÁCTICAS: 31
8. HORAS TEÓRICAS: 14
9. HORAS TOTALES: 45
10. HORAS TOTALES POR SEMANA CUATRIMESTRE: 3
11. CÓDIGO:
12. CRÉDITOS:

13. OBJETIVO DE LA ASIGNATURA:

Que el alumno reconozca la importancia de un programa de mercadotecnia bien planificado para el éxito de cualquier negocio turístico y cómo éste se debe basar en la investigación.

UNIDADES TEMÁTICAS QUE INTEGRAN LA ASIGNATURA	HRS. PRÁCTICAS	HRS. TEÓRICAS	HRS. TOTALES
I. Introducción a la Comercialización	12	6	18
II. Comercialización Turística	10	4	14
III. Comercialización Creativa	4	2	6
IV. Financiamiento para la comercialización	5	2	7
TOTAL	31	14	45

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA NACIONAL DEL ÁREA DE SERVICIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: Septiembre del 2005

**HOJA DE UNIDADES TEMÁTICAS CON DESGLOSE DE TEMAS, SABER HACER Y SABER
INFORMACIÓN REQUERIDA POR UNIDAD TEMÁTICA**

GASTRONOMÍA

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: COMERCIALIZACIÓN
 2. UNIDAD TEMÁTICA I: Introducción a la Comercialización
 3. HORAS PRÁCTICAS: 12
 4. HORAS TEÓRICAS: 6
 5. HORAS TOTALES: 18
 6. OBJETIVO: Ubicar al estudiante dentro de la comercialización, sus antecedentes y fundamentos, como una actividad útil en todos los ámbitos de negocios.

TEMAS	SABER HACER (PRÁCTICA)	HRS.	SABER (TEORÍA)	HRS.
Síntesis Histórica	Elaborará un cuadro sinóptico identificando plenamente el desarrollo de la mercadotecnia.	1	Conocerá la evolución histórica del turismo: Fenicios, Revolución industrial.	1
Análisis conceptual	Identificará las funciones de la mercadotecnia y el medio ambiente de la mercadotecnia.	2	Conocerá la naturaleza, alcance y concepto de Mercadotecnia.	1
Mercado Turístico	Identificará los componentes del Mercado Turístico.	3	Conocerá los conceptos y características del Mercado Turístico.	1
Producto Turístico.	Elaborará un folleto utilizando los componentes básicos del producto turístico.	6	Comprenderá los componentes básicos del producto turístico.	3
TOTAL		12		6

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TURISMO

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA NACIONAL DEL ÁREA DE SERVICIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: Septiembre del 2005

**HOJA DE UNIDADES TEMÁTICAS CON DESGLOSE DE TEMAS, SABER HACER Y SABER
INFORMACIÓN REQUERIDA POR UNIDAD TEMÁTICA**

GASTRONOMÍA

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: COMERCIALIZACIÓN
 2. UNIDAD TEMÁTICA II: Comercialización Turística
 3. HORAS PRÁCTICAS: 10
 4. HORAS TEÓRICAS: 4
 5. HORAS TOTALES: 14
 6. OBJETIVO: Familiarizarse con la mezcla de mercadotecnia y ser capaz de formular la mejor mezcla para un producto turístico específico.

TEMAS	SABER HACER (PRÁCTICA)	HRS.	SABER (TEORÍA)	HRS.
Investigación de Mercados	Elaborar una investigación de mercados, aplicar fórmula estadística para la muestra y las bases de la segmentación de mercados.	1	Conocer conceptos de segmentación de mercados, muestra e investigación de mercados.	½
Precio	Comprenderá la relación vital entre la fijación de precios y la comercialización.	1	Conocerá los conceptos, clasificación, Fórmula.	½
Publicidad	Elaborará un Spot publicitario para un producto turístico en específico.	1	Conocerá las definiciones, Tipos de publicidad, Los medios publicitarios y sus características	½
Canales de distribución.	Elaborará una ruta convencional para llegar al consumidor final.	2	Analizará el concepto, objetivos y funciones de canal de distribución	½
Promoción de ventas	Utilizará la promoción más conveniente para un producto en específico.	1	Conocerá el concepto y su evolución histórica	½

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TURISMO

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA NACIONAL DEL ÁREA DE SERVICIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: Septiembre del 2005

Ventas	Elaborará un presupuesto de ventas.	1	Definirá el concepto de ventas, la clasificación de pronóstico de ventas	½
Relaciones Públicas	Reconocerá la importancia de contar con un ejecutivo de relaciones publicas.	1	Conocerá el Concepto, Funciones	½
Posicionamiento	Analizará y explicará con sus propias palabras el concepto de posicionamiento de un producto. Utilizando estrategias generales de posicionamiento, elaborará un programa de estrategias para posicionar un producto en el mercado meta.	2	Comprenderá el concepto de posicionamiento y estrategias aplicables de acuerdo al producto.	½

TOTAL

10

4

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TURISMO

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA NACIONAL DEL ÁREA DE SERVICIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: Septiembre del 2005

HOJA DE UNIDADES TEMÁTICAS CON DESGLOSE DE TEMAS, SABER HACER Y SABER
INFORMACIÓN REQUERIDA POR UNIDAD TEMÁTICA

GASTRONOMÍA

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: COMERCIALIZACIÓN
 2. UNIDAD TEMÁTICA III: Comercialización Creativa
 3. HORAS PRÁCTICAS: 4
 4. HORAS TEÓRICAS: 2
 5. HORAS TOTALES: 6
 6. OBJETIVO: El alumno será capaz de diversificar de manera creativa a favor del producto turístico.

TEMAS	SABER HACER (PRÁCTICA)	HRS.	SABER (TEÓRIA)	HRS.
Diversificación de la demanda Turística	Elaborar un nuevo concepto creativo para un producto turístico.	2	Conocer la clasificación de la demanda turística.	½
Comercialización creativa.	Identificar los diferentes motivos de compras, racionales y emocionales.	1	Conocer la importancia del apoyo psicológico en la comercialización.	1
Creatividad empresarial	La importancia de hacer alianzas estratégicas entre empresas y buscar nichos de mercados nuevos.	1	Identificar que es una franquicia. La importancia de una marca	½
TOTAL		4		2

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TURISMO

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA NACIONAL DEL ÁREA DE SERVICIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: Septiembre del 2005

**HOJA DE UNIDADES TEMÁTICAS CON DESGLOSE DE TEMAS, SABER HACER Y SABER
INFORMACIÓN REQUERIDA POR UNIDAD TEMÁTICA**

GASTRONOMÍA

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: COMERCIALIZACIÓN
 2. UNIDAD TEMÁTICA IV: Financiamiento para la comercialización
 3. HORAS PRÁCTICAS: 5
 4. HORAS TEÓRICAS: 2
 5. HORAS TOTALES: 7
 OBJETIVO: Conocerá los diferentes apoyos financieros que proporcionan las distintas empresas financieras.

TEMAS	SABER HACER (PRÁCTICA)	HRS.	SABER (TEORÍA)	HRS.
Sistemas de fomento en la inversión turística	Identificará las empresas de financiamiento tales como: Nafin, Fonatur	2	Conocerá los requisitos para el otorgamiento de financiamiento.	1
Tipos de Financiamiento.	Identificará las fuentes de financiamiento interno y externo.	3	Conocerá los financiamientos que otorgan los organismos centralizados y descentralizados.	1
TOTAL		5		2

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA NACIONAL DEL ÁREA DE SERVICIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: Septiembre del 2005

PRACTICAS SUGERIDAS

- Realizar investigación documental y de campo, y presentar los resultados de las investigaciones en forma escrita y oral, poniendo énfasis en las conclusiones.
- Presentar un proyecto de un producto turístico en específico
- Exposición en clases por equipos de alumnos sobre un tema en particular.
- Realizar mesas redondas para discutir los diferentes conceptos que se manejan en la asignatura.
- Vincular con la realidad los temas de la asignatura.
- Fomentar el espíritu emprendedor y reconocer la calidad de los trabajos presentados.

RECOMENDACIONES DIDACTICAS

- ◆ Elaboración de síntesis
- ◆ Elaboración de cuadros sinópticos sobre los diversos componentes del turismo.
- ◆ Observación, registro y Tabulación de las encuestas aplicadas
- ◆ Gráficas correspondientes a las encuestas aplicadas.

RECOMENDACIONES PARA LA EVALUACION DEL APRENDIZAJE

El docente deberá conseguir la evaluación, no sólo como un método de aprendizaje, sino como un indicador para enriquecer el proceso de enseñanza- aprendizaje.

Además de los exámenes tradicionales se recomienda se tome en cuenta:

- ✓ Participación en clases
- ✓ Participación individual
- ✓ Tomar en consideración la presentación y la calidad de los trabajos.
- ✓ Exposición en grupos.
- ✓ Resolución de casos prácticos.
- ✓ Conclusiones y resúmenes de los estudios de casos.

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA
CARRERA DE TURISMO

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA NACIONAL DEL
ÁREA DE SERVICIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: Septiembre del 2005

BIBLIOGRAFIA

1. Mercado H. Salvador, Mercadotecnia, Programada Editorial Limusa.
2. Cárdenas Tabares Fabio, Mercadotecnia y Productividad Turística, Editorial Trillas
3. Acerenza Miguel Angel “ Administración del Turismo”, editorial. Trillas.
4. McIntosh Robert W., “ Turismo, Planeación, Administración y Perspectiva” editorial Limusa

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA
CARRERA DE TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA NACIONAL DEL
ÁREA DE SERVICIOS

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: Septiembre del 2005