



**UNIVERSIDAD DE SONORA**  
**Unidad Regional Centro**  
**División de Ciencias Económicas Administrativas**  
**Departamento Contabilidad**  
**LICENCIATURA EN TURISMO**

<b>Asignatura:</b> Promoción turística		<b>Clave:</b>	
<b>Antecedente:</b> Herramientas tecnológicas para el marketing turístico		<b>Consecuente:</b> Optativa del eje especializante de Negocios turísticos (Turismo de negocios, Promoción turística, Logística y cadena de suministros, Capital humano en los negocios turísticos, Administración de portafolios de inversión, Control de costos en los servicios turísticos).	
<b>Créditos:</b> 7	<b>Modalidad:</b> Semipresencial	<b>Horas Semana:</b> 4 (3t y 1p)	<b>Horas curso:</b> 64
<b>Modalidad enseñanza-aprendizaje:</b> Curso teórico práctico		<b>Departamento de Servicio:</b> Contabilidad	
<b>Eje de formación:</b> Especializante			
<b>Competencias específicas a desarrollar:</b>			
<b>Competencia 1</b> – Diagnostica procesos sociodemográficos, políticos y culturales que influyen en el desarrollo turístico.			
<b>Competencia 2</b> – Planea y diseña proyectos turísticos que responden al diagnóstico de la problemática social.			
<b>Competencia 5</b> – Gestiona organizaciones turísticas mediante el diseño de planes de negocios, la administración de sistemas en la operación de los servicios turísticos y dirige organizaciones.			
<b>Competencia 6</b> – Conoce el idioma inglés para comunicarse de forma verbal y escrita en las actividades propias de la gestión y desarrollo del turismo.			

**Introducción:**

Actualmente el desarrollo de productos y servicios con calidad ya no es suficiente para influir en los consumidores en la decisión de compra, estos requieren de un estímulo que permita obtener una respuesta de compra más rápida. Los mecanismos de promoción de ventas, contribuyen de manera significativa al logro de este objetivo.

En la unidad de competencia I se maneja lo relacionado con el diagnóstico de lo que es la actividad turística, donde se determina el inventario de sitios turísticos, el mercado meta, la competencia, las organizaciones enfocadas a la promoción, los recursos financieros para la promoción turística y el marco legal donde se practica el turismo.

En la unidad de competencia II, se relaciona con la planeación de la promoción turística la cual considera un análisis, se establecen objetivo y el mercado meta, para posteriormente realizar una campaña promocional.

En la unidad de competencia III, se establecen las acciones para ejecutar el plan de promoción diseñado, para lograr los objetivos.

En la unidad de competencia IV, se describen los diferentes tipos de promoción de ventas que normalmente se utilizan.

**Propósito:**

Es del eje especializante, se imparte a partir del séptimo semestre y es de carácter optativa. Esta asignatura contribuye al desarrollo del sector turismo a través del manejo de una serie de herramientas que permitan influir en los mercados en sus decisiones de compra, por lo que representa una fase especializante en el desarrollo de una licenciatura como es el turismo.

**Objetivo General:**

Suministrar al estudiante las herramientas necesarias para que se convierta en un orientador, impulsor y organizador de la comunidad empresarial, gubernamental y de los prestadores de servicio, en la planeación y ejecución de las actividades turísticas en una localidad, con un enfoque práctico utilizando métodos académicos y profesionales.

**Objetivos Específicos:**

- Diagnosticar la situación turística de una comunidad, desde el punto de vista de infraestructura, servicios que se ofertan, involucrados, así como de sus fortalezas y debilidades en su promoción
- Dominar y aplicar las técnicas administrativas y de mercadotecnia para elaborar un plan de promoción turística de una comunidad.
- Aplicar los conocimientos de venta, relaciones públicas, promoción y publicidad al desarrollar actividades de atracción turística en los distintos sitios previstos en el plan de promoción turístico de una comunidad
- Concebir, planear y realizar los principales eventos que se llevan a cabo para la atracción turística en una comunidad.

**Unidad de competencia I. Diagnóstico turístico**

- Inventario turístico del sitio
  - Eventos y fiestas (calendario y descripción)
  - Hoteles, restaurantes, centros de convenciones, edificaciones, medios de comunicación, medios de transporte, prestadores de servicios.
  - Sitios ecológicos e históricos
  - Bellezas naturales
- Determinación del mercado que se pretende atraer
- Determinación de la competencia turística del sitio
- Identificación de instituciones promotoras locales y de sus programas de trabajo
- Identificación y determinación de fondos de apoyo al turismo de carácter local, estatal, nacional e internacional
- Marco legal de la promoción turística
- Análisis de fortalezas y debilidades

**Unidad de competencia II. Planeación de la promoción turística**

- Integración de un consejo municipal de turismo con la participación de los sectores público, social, académico y privado local, quien norme la promoción turística de la comunidad.
- Determinación del mercado meta

- Elaboración de los objetivos
- Campaña de publicidad
- Selección de medios de comunicación
  - Masivos
  - Directos
  - Digitales y redes sociales
- Elaboración de Piezas publicitaria, de Herramientas de promoción y ventas en los idiomas español e inglés, al menos.
  - Gráficas
  - Audio-visuales
  - Digitales y redes sociales
  - Planes turísticos, paquetes y promociones
  - Presentaciones en Power Point
- Campaña de promoción y venta
- Programa anual de publicidad, promoción turística y ventas de la comunidad

**Unidad de competencia III. Ejecución de la Promoción turística y ventas**

- Actividades en Sitio
  - Relaciones públicas
  - Promoción y publicidad
  - Ventas
- Actividades en mercado meta
  - Relaciones públicas
  - Promoción y publicidad
  - Ventas
- Actividades en congresos, ferias, exposiciones turísticas nacionales e internacionales
  - Relaciones públicas
  - Promoción y publicidad
  - Ventas

**Unidad de competencia IV. Planeación, organización, ejecución de eventos y apoyo a otros; con el objetivo de atraer turistas.**

- Stands turísticos con material promocional en español e inglés u otros, en su caso.
- Ferias y exposiciones
- Paseos turísticos de aventura, rural, social y domestico
- Programas de entretenimiento y utilización de tiempo libre
- Recorridos y narraciones en Museos y sitios históricos
- Congresos, convenciones y foros
- Eventos artísticos y deportivos
- Fiestas populares o tradicionales
- Videos promocionales
- Programas de televisión
- Películas nacionales e internacionales

Evaluación: criterios generales para la acreditación del curso:

**Estrategias de Enseñanza:**

- Resúmenes
- Ilustraciones
- Analogías
- Mapas conceptuales y redes semánticas
- Evaluaciones
- Casos Prácticos
- Simulación

**Estrategias de Aprendizaje:**

- Investigación y análisis de temas selectos
- Investigación bibliográfica de conceptos
- Discusiones de grupo
- Solución de problemas teórico – reales
- Búsqueda de información adicional a cada uno de los temas, utilizando las nuevas tecnologías de comunicación e informática.

**Sistema de Evaluación**

Porcentualmente la calificación se obtendrá de la siguiente manera:

La suma de las calificaciones de 3 exámenes parciales (15% c/u)..... 45%  
 Presentación de trabajos .....45%  
 Participación en discusiones grupales .....10%

**Perfil académico deseable del responsable de la asignatura:**

Poseer grado académico de maestría o especialidad en mercadotecnia o afín al campo de estudio de la materia, con experiencia y desarrollo profesional comprobado cuando menos de dos años en áreas afines al campo de la materia. Contar con experiencia docente de al menos dos años a nivel superior.

Bibliografía	Tipo (básica o complementaria)
I.B.D. (2012). <i>Promoción turística local e información al visitante HOTI0108</i> . España; Editorial IC.	Básica
Kuster, I. y Roman. S. (2006). <i>Venta personal y dirección de ventas</i> . México; Ediciones Paraninfo, S.A.	Básica
Kotler, P., Bowen, J. y Makens, J. (2004). <i>Marketing para turismo</i> , Ed. Mc Graw-Hill	Básica
Milio, I. (2004). <i>Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales</i> , Ed. Thomson-Paraninfo, España. ISBN 84-9732-299-1	Básica
Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). <i>Fundamentos de marketing</i> . México; Edit. Pearson Educación.	Básica
Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (1991). <i>Metodología de la Investigación</i> . México; Edit. Mc Graw-Hill.	Básica

Gallardo, J.R. (2010). <i>Administración Estratégica: de la visión a la ejecución</i> . México; Edit. Alfaomega.	<b>Complementaria</b>
Kurtzman, J. y Rifkin, G. (2005). <i>Emprendimientos que funcionan. Diez factores críticos que originan o deshacen a una nueva compañía</i> . México; Editorial Portfolio.	<b>Complementaria</b>

### Desarrollo de las competencias

Resultados del aprendizaje	Actividades educativas	Volumen de trabajo del estudiante calculado en horas	Evaluación
<b>SEMANA 1</b>			
Realizara un inventario de sitios turísticos	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
establecerá los mercados y la competencia existente	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 2</b>			
Identificara las organizaciones dedicadas al desarrollo de promoción de ventas	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
Determinará las diferentes fuentes de apoyo existentes nacionales y extranjeras	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 3</b>			
Conocerá el marco legal que sustenta la actividad del turismo a nivel nacional e internacional.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 4</b>			
Desarrollará formas para realizar o identificar fuerza y debilidades que existen en la actividad turística.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 5</b>			
Aprenderá a establecer los diferente grupos que intervienen en la promoción turística, estableciendo los mercados meta	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 6</b>			
Diseñara una campaña publicitaria	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
Establecerá los diferentes medios de comunicación personal y masiva.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 7</b>			
Diseñara una campaña de promoción y ventas	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	6	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 8</b>			
Realizara un programa anual de publicidad, promoción turística y ventas.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	8	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 9</b>			
Aplicara los conocimientos	Exposición por parte del docente.	4	Presentación de trabajos

adquiridos en la planeación de la promoción turística	Investigación de los alumnos		y exposición.
<b>SEMANA 10</b>			
Diseñara diversas actividades turísticas de sitio a través de la mezcla de promoción.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 11</b>			
Diseñara diversas actividades turísticas de ferias, convenciones y exposiciones a través de la mezcla de promoción.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 12</b>			
Conocerá como se realizan ferias y exposiciones así como stands bilingües.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 13</b>			
Diseñara paseos turísticos con programas de entretenimiento	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 14</b>			
Establecerá recorridos turísticos, así como congresos y convenciones.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 15</b>			
Realizara campañas promocionales para eventos artísticos, deportivos, fiestas tradicionales.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.
<b>SEMANA 16</b>			
Promoverá el turismo a través de videos promocionales, programas televisivos y películas naciones y extranjeras.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos	4	Presentación de trabajos y exposición.