

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Promoción Turística
Clave de la asignatura:	TSD-2204
SATCA¹:	2-3-5
Programa educativo:	Licenciatura en Turismo
Especialidad:	Turismo Sostenible y Promoción Turística

2. Presentación

Caracterización de la asignatura
<p>La presente asignatura aporta al perfil del (la) profesionista en turismo, la capacidad para diseñar estrategias promocionales de los servicios turísticos utilizando las herramientas publicitarias, de promoción de ventas, de venta personal y relaciones públicas.</p> <p>Esta asignatura es de suma importancia ya que proporciona las bases conceptuales, procedimentales, aptitudinales y metodológicas para el desarrollo del programa promocional de una empresa turística.</p> <p>En esta asignatura se abordan 6 temas: Promoción Turística, Publicidad, Promoción de Ventas, Ventas Personales, Relaciones Publicas y Proyecto Final.</p> <p>Promoción Turística se relaciona con las competencias adquiridas en las asignaturas de: fundamentos de mercadotecnia turística, competencia de la asignatura de administración de empresas turísticas.</p>
Intención didáctica
<p>Se recomienda que el docente que imparta la asignatura posea las competencias relacionadas con la mercadotecnia y preferentemente haya participado en la elaboración de esta.</p> <p>Se sugiere que el docente considere las actividades de aprendizaje que se recomiendan con el propósito de lograr las competencias específicas y genéricas de cada uno de los temas y la asignatura.</p> <p>El/la académico (a) de la asignatura deberá tener habilidad para vincular el saber, con el saber hacer y con el saber ser para que el proceso formativo sea integral.</p> <p>El docente a través de actividades de aprendizaje promueve procesos cognitivos para identificar oportunidades de implementación y evaluación de las estrategias de</p>

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

promoción guiando el análisis de los múltiples escenarios y variables del contexto organizacional. Bajo este orden de ideas, el estudiante pueda posicionar empresas de ramo turístico en sus segmentos de mercado.

En esta asignatura, se deberá revisar a profundidad todos los subtemas para que el estudiante adquiera los conocimientos necesarios para el desarrollo de las actividades sugeridas, con el propósito de que elaboren en el tema 6 el programa promocional de una manera integral.

En esta asignatura se abordan 6 temas.

En el primer tema, se analiza el concepto, la importancia, los objetivos y los elementos de la mezcla promocional. Así mismo, se analiza los elementos de la estructura de un programa promocional con el propósito de generar el marco conceptual para el desarrollo de los temas subsecuentes.

En el segundo tema, se explica la importancia y aplicación de la publicidad en un programa de promoción turística, investigando y analizando las herramientas de publicidad para el diseño de estrategias publicitarias orientadas al posicionamiento de los productos y servicios turísticos de una empresa del ramo.

En el tercer tema, se expone la importancia de la promoción de ventas para el desarrollo y posicionamiento de una empresa Turística, así como también se analizan las características y beneficios del uso de las herramientas de la promoción de ventas.

El cuarto tema, se resalta la importancia de las ventas personales que permiten el logro de mayores utilidades para la empresa. Se presentan las diferentes herramientas que pueden ser utilizadas para diseñar estrategias de ventas personales e integrar al programa promocional.

El quinto tema se refiere al manejo de la imagen de la empresa turística, a través del diseño de estrategias de relaciones públicas eficaces.

Finalmente, en el último tema, se integran las estrategias desarrolladas en los temas anteriores, se elabora el presupuesto general del programa promocional y se calendarizan las actividades, asimismo, se realiza la presentación ejecutiva del proyecto final.

Las competencias genéricas que se están desarrollando con el tratamiento de los contenidos de la asignatura son: Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas, Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, Capacidad de comunicación oral y escrita,

Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, Capacidad para identificar, planear y resolver problemas.

El papel que debe desempeñar el docente es de facilitador, guía y mediador que acompañe a los estudiantes para la formación y desarrollo de competencias específicas y genéricas de la asignatura de promoción turística.

Seleccionar a una empresa turística para el desarrollo del programa promocional, realizar un diagnóstico para identificar las oportunidades de mejora con relación a su programa promocional y con base en ello hacer la propuesta de programa promocional que garantice el logro de la competencia de la asignatura.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones
Instituto Tecnológico de Zacatepec, abril de 2022.	Representantes de la academia de Licenciatura en Turismo.	<p>Propuesta de especialidades para el periodo agosto-diciembre 2022.</p> <p>Presentación de propuesta de la especialidad: Turismo sostenible y promoción turística.</p> <p>Reuniones de trabajo para el Desarrollo de contenidos de la especialidad.</p> <p>Reunión de la academia de Licenciatura en Turismo, egresados de la carrera y expertos del sector productivo y prestadores de servicio para definir y validar contenidos de la especialidad</p> <p>Reunión informativa sobre los resultados con el grupo de interés.</p> <p>Reuniones de trabajo para el desarrollo final de los contenidos de las</p>

		asignaturas de la especialidad.
--	--	---------------------------------

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Diseñar, desarrollar, implementar y evaluar un programa promocional para el posicionamiento de una empresa turística utilizando herramientas: publicitarias, de venta personal, de promoción de ventas y relaciones públicas.

5. Competencias previas

<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de los conceptos básicos de mercadotecnia turística. • Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y comunicación. • Habilidad para la búsqueda, procesamiento y la interpretación de información, procedente de diversas fuentes. • Capacidad para comunicar de forma oral y escrita.

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	Promoción Turística	1.1 Generalidades de la Promoción Turística: (concepto, importancia y objetivos) 1.2 Elementos de la mezcla promocional 1.3 Estructura del programa promocional turístico: oportunidad de promoción, objetivos de promoción, organizar la promoción, seleccionar la audiencia, seleccionar el mensaje, seleccionar la mezcla promocional, determinar el presupuesto, implementar la estrategia y medir los resultados.
2	Publicidad	2.1 Importancia y aplicación de la publicidad en un programa de promoción turística. 2.2 Estrategias publicitarias. 2.2.1 Análisis y selección de las herramientas de publicidad: impresos, medios audiovisuales, medios virtuales, medios alternativos.

		2.2.2 Diseño y desarrollo de las estrategias publicitarias.
3	Promoción de Ventas	3.1. Importancia y aplicación de la promoción de ventas en un programa de promoción turística 3.2. Establecimiento de los objetivos de promoción de ventas. 3.3. Herramientas para el turista: muestras, cupones o vales de descuento, Obsequios, compensaciones por fidelidad, promociones en el punto de venta. Sorteos, juegos y concursos 3.4. Diseño y desarrollo de la estrategia de promoción de ventas.
4	Venta Personal	4.1. Importancia y aplicación de la venta personal en un programa de promoción turística. 4.2 Establecimiento de los objetivos de Venta Personal. 4.3 Herramientas de Venta Personal programas de incentivo, representaciones de venta, muestras, reuniones de venta y espectáculos comerciales, promotores, agencias de viajes, tours operadoras, internet. 4.4 Diseño y desarrollo de la estrategia de Ventas personales.
5	Relaciones Publicas	5.1. Importancia y aplicación de las relaciones públicas en un programa de promoción turística 5.2 Estrategias de Relaciones Públicas 5.2.1 Análisis y selección de las herramientas de Relaciones Públicas: Viajes de familiarización, ferias y exposiciones turísticas, representaciones en el extranjero. 5.3 Diseño y desarrollo de la estrategia de Relaciones Públicas.
6	Proyecto Final	6.1. Elaboración del programa promocional. 6.1.1 Integración de las estrategias publicitaria, promoción de ventas, ventas personales, y relaciones públicas. 6.1.2 Calendarización. 6.1.3 Presupuestación del programa promocional. 6.2 Presentación del programa promocional.

7. Actividades de aprendizaje de los temas

1. Promoción Turística	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica:</p> <ul style="list-style-type: none"> Analiza el concepto, la importancia, los objetivos y los elementos de la mezcla promocional. Reconocer los elementos de la estructura de un programa promocional. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. Capacidad de comunicación oral y escrita. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar una investigación documental en diversas fuentes del concepto, importancia y objetivos de la promoción turística, con base en esta investigación elaborar un reporte. Realizar una investigación documental de los elementos de la mezcla promocional, con base en la investigación elaborar un mapa mixto y presentar en plenaria. Investigar la metodología de un plan promocional y presentarla en un esquema. Elegir una empresa turística e investigar las estrategias promocionales que están utilizando. Identificar la oportunidad de promoción, determinar sus objetivos (considerar los objetivos prioritarios del programa sectorial de turismo 2020 2024), seleccionar el segmento de mercado y diseñar el mensaje.
2. Publicidad	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseñar estrategias publicitarias para un programa promocional turístico. <p>Genéricas:</p>	<ul style="list-style-type: none"> Investigar en fuentes primarias y secundarias información sobre la publicidad y sus herramientas. Elaborar un cuadro descriptivo sobre ventajas y desventajas, costos y factibilidad de los medios de publicidad.

<ul style="list-style-type: none"> Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. Capacidad de comunicación oral y escrita. 	<ul style="list-style-type: none"> Analizar la información y hacer presentación digital de los resultados, organizándose en equipos de trabajo. Analizar la publicidad que actualmente utiliza la empresa, señalando observaciones y plasmarlas en un reporte escrito. Considerando la metodología para la elaboración del programa promocional, elaborar las estrategias publicitarias, organizándose en equipos de trabajo.
<p>3. Promoción de Ventas</p>	
<p>Competencias</p>	<p>Actividades de aprendizaje</p>
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseñar estrategias de promoción de ventas, para un programa promocional turístico. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. Capacidad para identificar, planear y resolver problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Investigar y analizar la importancia, aplicación y objetivos de la promoción de ventas en turismo para realizar un reporte y presentarlo en clase. Investigar y analizar las estrategias de promoción de ventas de 5 empresas turísticas de la región, presentar ante el grupo un cuadro comparativo. Elaborar un cuadro comparativo donde defina, ventajas, desventajas y características de las herramientas de promoción de ventas. Considerando la metodología para la elaboración del programa promocional, elaborar estrategias de promoción de ventas en equipos de trabajo.
<p>4. Venta Personal</p>	
<p>Competencias</p>	<p>Actividades de aprendizaje</p>

<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar estrategias de venta personal para un programa promocional turístico. El posicionamiento de una empresa turística por medio de un programa promocional turístico. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. • Capacidad de comunicación oral y escrita. • Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. • Capacidad para identificar, planear y resolver problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una investigación documental de la importancia, aplicación y objetivos de las ventas personales en el ámbito turístico, con base en esta investigación, realizar un mapa mixto y presentar en plenaria. • Llevar a cabo una investigación sobre las herramientas y aplicación de las ventas personales en el ámbito turístico, elaborar un reporte y socializar en plenaria. • Considerando la metodología para la elaboración del programa promocional, elaborar estrategias de ventas personales en equipos de trabajo.
<p>5. Relaciones Públicas</p>	
<p>Competencias</p>	<p>Actividades de Aprendizaje</p>
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar estrategias de relaciones públicas para un programa promocional turístico. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas. • Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. • Capacidad de comunicación oral y escrita. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar en fuentes primarias y secundarias información sobre las relaciones públicas, sus herramientas y los públicos que atiende, con base en la información elaborar un reporte. • Investigar y elaborar un mapa conceptual sobre las características de las herramientas de relaciones públicas. • Investigar y analizar las herramientas para promocionar un lugar o destino turístico, mediante las relaciones públicas, plasmándolo en una infografía digital.

	<ul style="list-style-type: none"> • Considerando la metodología para la elaboración del programa promocional, elaborar las estrategias de relaciones públicas, organizándose en equipos de trabajo.
6. Proyecto Final	
Competencias	Actividades de Aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar, implementar y evaluar un programa promocional para el posicionamiento de una empresa turística utilizando herramientas: publicitarias, de venta personal, de promoción de ventas y relaciones públicas. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. • Capacidad de comunicación oral y escrita. • Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. • Capacidad para identificar, planear y resolver problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el programa promocional mediante la integración de las diferentes estrategias desarrolladas en los temas anteriores. • Determinar el presupuesto global del programa promocional y elaborar su calendarización. • Realizar presentación ejecutiva del programa promocional. • Implementar y evaluar el programa promocional.

8. Práctica(s)

<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la oportunidad de promoción, determinar sus objetivos (considerar los objetivos prioritarios del programa sectorial de turismo 2020 2024), seleccionar el segmento de mercado y diseñar el mensaje. 2. Elaborar el programa de promoción que contemple las estrategias: publicitarias, de promoción de ventas, de ventas personales y de relaciones públicas.

9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.
- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitario, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.
- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

10. Evaluación por competencias

Son las técnicas, instrumentos y herramientas sugeridas para constatar los desempeños académicos de las actividades de aprendizaje.

Para verificar el avance en las competencias específicas y genéricas del estudiante debemos solicitar:

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

- Cuadro comparativo
- Cuadro descriptivo
- Esquema
- Infografía
- Mapa conceptual
- Mapa mixto
- Mensaje
- Presentación en plenaria
- Reporte de investigación

INSTRUMENTOS:

- Rubricas
- Listas de verificación
- Guías de observación

11. Fuentes de información

- 1 Acerenza, M. A. (2014). Promoción turística: Un enfoque metodológico. Trillas.
- 2 Acerenza, M. A. (2015). Promoción Turística de Atractivos culturales. Libros En Red.
- 3 Ascanio, G. A. (2017). Marketing Turístico / 2 Ed Ed. Trillas.
- 4 Boullón, R. (2016). Las actividades turísticas recreacionales: El hombre como protagonista. Trillas.
- 5 Cabarcos, E. Promoción y Venta de Servicios Turísticos (Hostelería y turismo. Ed Ideas propias.
- 6 Fernández, A. Villarán, A (2017). Promoción y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Locales Ed Paraninfo.
- 7 Kotler, P., Bowen, J & Makens, J. (2015). Marketing turístico. PEARSON.
- 8 Marketing turístico. P. Kotler, J. Bowen, J. Makens, J.G. De Madariaga, J. Flores Zamora (2015). Capítulo 13 y 14. 6a edición/ PEARSON, S.A. MADRID.
- 9 Ramírez, C. (2006). Marketing Turístico Ed Trillas.

10 Treviño, R. (2010). Publicidad... comunicación integral en marketing. McGraw-Hill Educación.

Revistas

- Administrate Hoy
- Comercio exterior
- Entrepreneur
- Merca2
- Mundo Ejecutivo
- Negocios Bancomext
- Revista del consumidor
- Segmento