



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Nombre de la Asignatura: MARKETING ELECTRÓNICO PARA TURISMO 0

a) Generalidades

		Código:	MET 0	Duración del Ciclo en Semanas:	16
Prerrequisito (s):	TAG 0	Ciclo Académico:	V	Duración /Hora Clase Minutos:	50
		Área curricular:	Profesional	Número /Hora Clase por Ciclo:	64
		U.V.:	3	Horas Teóricas/ Semanales:	1
				Horas Prácticas/ Semanales:	3

b) Descripción de la Asignatura:

La materia pretende desarrollar los conocimientos para el desarrollo de estrategias de mercadeo utilizando las nuevas tecnologías de información y comunicaciones enfocadas en la industria de la hospitalidad y el turismo, así como la aplicación de las herramientas adecuadas en los servicios turísticos para el diseño de estrategias exitosas.

c) Objetivos Generales de la Asignatura:

Cognitivo:

Conocer las herramientas y estrategias para el mercadeo por internet de un negocio turístico.

Procedimental:

Aprender a desarrollar las herramientas de comunicación en internet para un negocio turístico.

Actitudinal:



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Proporcionar al alumno herramientas necesarias para el análisis y desarrollo de casos prácticos en el área turística a fin de que sea capaz de elaborar proyectos de desarrollo que ayuden al crecimiento de la economía del país.

d) Contenidos:

UNIDAD I: ASPECTOS GENERALES DE MARKETING TURÍSTICO

Contenidos:

- 1.1. Conceptos.
- 1.2. Estadísticas del uso de internet.
- 1.3. Aspectos específicos de la industria turística.
- 1.4. Turismo de Negocios.
- 1.5. Turismo de Aventura y recreación.
- 1.6. Turismo Rural.
- 1.7. Turismo Cultural.
- 1.8. Turismo Religioso.
- 1.9. Turismo Deportivo.
- 1.10. Turismo de cualquier otra área o clasificación.

UNIDAD II: SITIO WEB

Contenidos:

- 2.1. Conceptos.
- 2.2. Estrategias de valor para los sitios web turísticos.
 - 2.2.1. De imagen.
 - 2.2.2. De multimedia.
 - 2.2.3. De productos y servicios.
 - 2.2.4. De diseños.
 - 2.2.5. De comercialización.
- 2.3. Sociedad de la información y el conocimiento.

UNIDAD III: COMERCIO ELECTRONICO

Contenidos:

- 3.1. Conceptos.
- 3.2. Tipos de comercio electrónico.
- 3.3. Métodos de pago.
- 3.4. Seguridad en internet.



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

UNIDAD IV: REDES SOCIALES Y MERCADEO POR INTERNET

Contenidos:

- 4.1. Conceptos.
- 4.2. ¿Qué es la Web 2.0?.
- 4.3. El Marketing en las Redes Sociales.
- 4.4. Sociedad de la Información y el Conocimiento.
- 4.5. Sitios especializados para el mercadeo turístico.

UNIDAD V: DESARROLLO DE PLANES Y ACCIONES DE MARKETING TURÍSTICO POR INTERNET

Contenidos:

- 5.1. El marketing por Internet como parte de la estrategia global de marketing.
- 5.2. Desarrollo de un plan de marketing.

e) Estrategia Metodológica:

El desarrollo del programa permite el aprendizaje del estudiante a partir de los elementos que el docente proporcione en el 25% del total de horas, las cuales serán impartidas de forma teórica mediante:

Clases magistrales, explicando cada unidad a fin de que los estudiantes presenten dudas y éstas sean evacuadas por el docente.

Dinámicas Grupales: con las cuales ayudará al estudiante en la comprensión y aplicación de las técnicas de investigación de mercados.

El 75% de las horas restantes se deberá utilizar en actividades prácticas de aprendizaje, tales como:

Prácticas de aplicación de casos y elaboración de proyectos: Servirán para consolidar los conceptos y métodos explicados en las clases magistrales; asimismo, comprobar que el estudiante efectivamente adquirió los conocimientos y las capacidades de aplicación de conocimientos propias de la cátedra.

Exposiciones Grupales: Contribuirá a los estudiantes a argumentar y defender las ideas propuestas.



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Investigaciones Bibliográficas y de campo: Permitirán al estudiante, reunir, interpretar y analizar información, para profundizar en el conocimiento de la materia.

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
Marketing Internacional	Miguel Angel Acerenza	TRILLAS	México	2003	3
Comercialización del Turismo	Fabio Cardenas Tabares	TRILLAS	México	2004	3
Fundamentos de Marketing Turístico	Miguel Angel Acerenza	TRILLAS	México	2003	3
Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información	Rodríguez, I	PIRAMIDE	España	2008	*
Marketing Turístico	Antoni Serra Cantallops	PIRAMIDE	España	2011	*
Marketing directo 2.0	Cuesta, felix Alonso manuel	PAPF SLU	Barcelona	2010	*

*En proceso de adquisición.