

**GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE OAXACA  
INSTITUTO ESTATAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA DE OAXACA  
COORDINACIÓN GENERAL DE PLANEACIÓN EDUCATIVA  
COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

NOMBRE DE LA ASIGNATURA GESTIÓN DE PROYECTOS DE MERCADOTECNIA TURÍSTICA
--

CICLO	CLAVE DE LA ASIGNATURA	TOTAL DE HORAS
CUARTO SEMESTRE	MT-08	64

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA El alumno adquirirá las herramientas para la gestión de un proyecto de mercadotecnia turística.
---

TEMAS Y SUBTEMAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. DIAGNOSTICO Y FORMULACIÓN DEL PROYECTO TURÍSTICO.             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Planeación en la gestión de un proyecto turístico.</li> <li>1.2. Fases de diagnóstico.</li> </ol> </li> <li>2. ESTRATEGIAS Y PLAN DE ACCIÓN.             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Formulación de estrategias.</li> <li>2.2. Formulación del plan de acción.</li> </ol> </li> <li>3. PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PROPAGANDA.             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Selección de medios de publicidad, promoción y propaganda.</li> <li>3.2. Evaluación de la efectividad de medios de promoción, publicidad y propaganda.</li> </ol> </li> <li>4. COMERCIALIZACIÓN.             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Fases en el proceso de comercialización.</li> </ol> </li> </ol>

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Exposición del profesor. Estudios de casos. Casos Prácticos. Redacción de Ensayos. Lectura y análisis de artículos. Trabajo Final.
---

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN Actividades de clase 10%. Trabajos prácticos 10%. Perfil del proyecto de investigación de mercado 10%. Entrega y presentación del trabajo final 50%. Examen 20%. La suma de todos los criterios y procedimientos de evaluación y acreditación deberá integrar el 100% de la calificación.
---



COORDINACIÓN  
GENERAL DE EDUCACIÓN  
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR

**BIBLIOGRAFÍA****LIBROS**

1. Dyane. Versión 3. Diseño y Análisis de encuestas en investigación social y de mercados. Miguel Santesmases Mestre.
2. Estadística para administración. Berenson, Mark L., Levine, David M., y Krehbiel Timothy C. Prentice-Hall. Segunda Edición. México, 2001.
3. Estadística para la Administración Turística. Oscar M. Ibarra Martínez. Editorial Diana. México, 1998.
4. Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina. Marcela Benassini. Pearson Educación: México. 2001.
5. Investigación de Mercados. 4ta Ed. David A. Aaker, V. Kumar y Georges Day. Editorial Limusa. México 2001.
6. Investigación de Mercados .Cuarta Edición. Malhotra Naresh K. Pearson Educación: México. 2004.
7. Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Philip Kotler/John Bowen/ James Makens. Prentice Hall. México.
8. Metodología de la Investigación. 4ª. Ed. Roberto Hernández Sampieri/ Carlos Fernández Collado/ Pilar Baptista Lucio. McGraw-Hill. México .2008

**PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE**

Maestro o Doctor en Administración de Empresas Turísticas, Gestión de la Calidad, Mercadotecnia, Estadística o especialidades afines a la materia.



COORDINACIÓN  
GENERAL DE EDUCACIÓN  
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR

I.E.E.P.O.