

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES CARRERA DE TURISMO  
PROGRAMA DEL CURSO PARA REALIZAR EL EXAMEN DE GRADO  
MERCADERO Y PROMOCION TURISTICA GMER-104

Nivel Académico: Licenciatura en Turismo

*A. Justificación*

El curso de Mercadeo y Promoción Turística va dirigido a estudiantes de licenciatura de la carrera de Turismo, en donde se analizarán varios temas de gran importancia para la toma de decisiones administrativas en el área de mercadeo o publicidad y que a su vez son herramientas necesarias para crear una conciencia gerencial en los alumnos.

*B. Instrucciones para elaborar el examen.*

El alumno debe realizar el examen una vez ya aprobado el curso de Mercadeo y Promoción Turística, solicitando la matrícula del examen al departamento de Registro de la Universidad Hispanoamericana, misma que le avisará la fecha establecida para el examen de grado. El examen debe realizarse en un cuaderno de examen autorizado, con lapicero negro o azul, las respuestas son de desarrollo, por lo tanto deben ser extensas y claras todas las respuestas.

*C. Contenidos del Programa*

1. Conocimientos básicos de Mercadeo.
  - Bases fundamentales de Mercadeo.
  - Bases fundamentales de Mercadotecnia y la estrategia de la mercadotecnia.
  - Definiciones de producto y servicio.
  
2. Evolución del intercambio centralizado en el mercado.
  - Contraste entre los conceptos de venta y mercadotecnia.
  - Mercadotecnia Social Positiva y Negativa en empresas turísticas.
  - Filosofía del CSL&E aplicada en empresas de alimentos.
  
3. La posición de los Productos y Servicios Turísticos en el mercado internacional.
  - La Matriz de crecimiento y participación de los productos en el mercado.
  - Desarrollo de los mercados turísticos.
  - Penetración de productos y servicios en los diferentes mercados turísticos.
  - Ciclo de vida de los productos en los mercados.
  - Desarrollo de Nuevos Productos en el mercado.
  
4. Diversificación de los mercados turísticos.
  - Segmentación de mercados turísticos.
  - El papel de la mercadotecnia en las empresas.
  - Factores que influyen en la estrategia de la mercadotecnia.

5. Conocimientos básicos de la Publicidad.
- Definiciones de publicidad moderna.
  - Canales y medios de publicidad.
  - Tipos de publicidad aplicada al mercado nacional
  - Manejo de medios de comunicación.
  - Contratación de medios de publicidad.
  - Manejo de SIM Sistema de información de mercadotecnia.
  - Publicidad Subliminal en los productos de consumo masivo.
  - Publicidad Masiva aplicada a los servicios turísticos
  - Publicidad de boca en boca aplicada a los servicios turísticos.

*D. Bibliografía utilizada como apoyo en el curso.*

1. Robbins, Stephen P.Y. Coutler, Mary. "Administración" Prentice Hall, Editorial Séptima Edición.
2. Mc Instosh, Golden, Ritchie. "Turismo Planeación, Administración y Perspectivas" Editorial Wiley Limusa, Tercera Edición.
3. Storer, James A.F. et al. "Administración". Editorial Pearson Educación, Sexta Edición.
4. Mintzberg, Henry y Brian, James. "El Proceso Estratégico" Editorial Prentice Hall, Tercera Edición.
5. Kotler, Amstrong, "Fundamentos de Mercadotecnia", Quinta Edición, Editorial PHH.
6. Kotler, Amstrong, "Fundamentos de Publicidad", Sexta Edición, Editorial PHH.

Muchos éxitos en su carrera