



1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Mercadotecnia de Servicios Turísticos
Clave de la asignatura:	MTD-2303
SATCA¹:	2-3-5
Carrera:	Ingeniería en Gestión Empresarial

2. Presentación

Caracterización de la asignatura

Esta asignatura aporta al perfil del Ingeniero en Gestión Empresarial la capacidad de planear, organizar y dirigir empresas turísticas mediante la diferenciación entre servicios y productos, aporta el conocimiento de los factores que influyen en la experiencia del cliente para la mejora continua. Reconoce el fenómeno turístico identificando los indicadores de orden social, para coadyuvar al aumento de la calidad de la oferta turística. Para integrarla se han considerado las características de la mercadotecnia turística, las estrategias de servicios y temas relacionados al personal y clientes.

Así mismo, se relaciona con las materias de fundamentos de investigación, gestión del capital humano, mercadotecnia, gestión del desarrollo turístico, sistemas de información de mercadotecnia y taller de investigación I y II.

Intención didáctica

Se organiza el temario agrupando los contenidos conceptuales de la asignatura en cinco temas. Abordando en el primer tema lo que son los servicios, la diferencia entre bienes y servicios, las características generales de los servicios turísticos y el proceso de decisión del consumidor en los servicios turísticos.

En el segundo tema se identifican las estrategias de los servicios; cuál es el proceso de prestación de un servicio, cómo se establecen los precios, cómo debemos difundir un servicio turístico y cómo administrar las evidencias físicas de la empresa de servicios turísticos.

Durante el desarrollo del tercer y cuarto tema se ve la importancia del capital humano en el servicio turístico y la importancia de contar con el personal adecuado para cada área. De la misma forma se observa la participación del cliente en el servicio turístico y su importancia. En el tema cinco se definen la satisfacción del cliente y cómo medirla lo mismo que la calidad en el servicio. Las fallas en los servicios y las estrategias para rescatar y retener clientes.

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Evento
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Valle de Bravo, del 27 de febrero al 1 de marzo de 2012.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Boca del Río, San Luis Potosí, La Paz, Superior de Puerto Vallarta, Bahía de Banderas, Morelia, Colima, Nuevo Laredo, Costa Grande y Superior de Valle de Bravo.	Reunión Nacional de Diseño e Innovación Curricular para el Desarrollo y Formación de Competencias Profesionales de la Carrera de la Licenciatura en Turismo.
Desarrollo de Programas en Competencias Profesionales por los Institutos Tecnológicos del 2 de marzo al 25 de junio de 2012.	Academias de la Licenciatura en Turismo de los Institutos Tecnológicos de: Colima, Bahía de Banderas, La Paz y Estudios Superiores de Valle de Bravo.	Elaboración del programa de estudio propuesto en la Reunión Nacional de Diseño Curricular de la Carrera de la Licenciatura en Turismo.
Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas, del 26 al 29 de junio de 2012.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Boca del Río, San Luis Potosí, La Paz, Superior de Puerto Vallarta, Bahía de Banderas, Morelia, Colima, Costa Grande y Superior de Valle de Bravo.	Reunión Nacional de Consolidación de los Programas en Competencias Profesionales de la Carrera de la Licenciatura en Turismo.
Tecnológico Nacional de México, del 5 al 8 de diciembre de 2017.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Bahía de Banderas, Superior de Escárcega, Estudios Superiores de Valle de Bravo.	Reunión Nacional de Seguimiento Curricular de los Programas Educativos de Ingeniería en Animación Digital y Efectos Visuales, Ingeniería en Sistemas Automotrices y Licenciatura en Turismo.
Instituto Tecnológico Superior del Sur del Estado de Yucatán, del 19 al 23 de septiembre de 2022.	Academia de la Ingeniería en Gestión Empresarial: L.A. Iris Rubi Pech Ceballos, L.A. Wender Arcadio Góngora Góngora, MAN. Tatiana Navarrete Castillo, Dra. Jacqueline Zapata Vazquez.	Reunión de actualización de programas de especialidades del programa de estudios de la Ingeniería en Gestión Empresarial.



4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Desarrolla estrategias mercadológicas para la prestación de servicios turísticos de calidad, la mejora continua y las relaciones con los clientes para cumplir con las expectativas y su satisfacción total.

5. Competencias previas

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">Aplica los elementos de la investigación documental para elaborar escritos.Integrar la gestión del capital humano con las estrategias de la organización.Diseña estrategias de mercadotecnia para posicionar un producto o servicio en el mercado.Desarrolla la capacidad de análisis para evaluar el significado de la información.Aplica los conocimientos adquiridos de Investigación de Mercados para la evaluación de la satisfacción del cliente. |
|---|

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	Características generales del marketing de servicios turísticos	1.1. Introducción a los servicios. 1.2. Diferencias entre los productos y servicios. 1.3. Características generales de los servicios turísticos. 1.4. Proceso de decisión del consumidor en los servicios turísticos
2	Estrategias de servicio	2.1. El proceso de la prestación del servicio. 2.2. Cómo establecer precios de los servicios. 2.3. Como preparar la mezcla de comunicación en los servicios turísticos. 2.4. Cómo administrar las evidencias físicas de la empresa de servicios turísticos.
3	Capital humano	3.1. Cómo administrar a los empleados de los servicios turísticos. 3.2. Importancia del personal de contacto. 3.3. El rol que delimita la frontera. 3.4. La importancia que tiene el recurso humano para las empresas de servicios turísticos.
4	Clientes	4.1. Cómo administrar a los clientes del servicio. 4.2. Cómo administrar la participación del cliente. 4.3. Cómo administrar a los clientes poco participativos. 4.4. Administración de las relaciones con los clientes.
5	Evaluación y mejora en la prestación de los servicios turísticos	5.1. Cómo definir y medir la satisfacción de los clientes. 5.2. Cómo definir y medir la calidad de los servicios. 5.3. Fallas de los servicios y estrategias para rescatarlos. 5.4. Cómo retener a los clientes.

7. Actividades de aprendizaje de los temas

Tema 1. Características generales del marketing de servicios turísticos	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): - Identifica las características de los servicios turísticos y su importancia en el proceso de decisión para hacer frente con seguridad el difícil y cotidiano reto de prestar servicios turísticos con alta eficiencia. Genéricas: - Capacidad de análisis y síntesis. - Capacidad de organizar y planificar. - Comunicación oral y escrita en su propia lengua. - Habilidades básicas de manejo de la computadora. - Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas). - Capacidad crítica y autocrítica. - Trabajo en equipo. - Habilidades interpersonales. - Habilidades de investigación. - Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). - Habilidad para trabajar en forma autónoma.	- Investiga las diferencias entre bienes y servicios. - Realiza un cuadro sinóptico de las características de los servicios turísticos. - Investiga y presenta el proceso de toma de decisión en los servicios turísticos.
Tema 2. Estrategias de servicio	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): - Identifica, analiza y diseña estrategias relacionadas con los servicios para la planeación de la mejora continua en la prestación del servicio turístico, precios competitivos. Genéricas: - Capacidad de análisis y síntesis. - Capacidad de organizar y planificar. - Comunicación oral y escrita en su	- Planea y organiza equipos de trabajo, para la prestación del servicio turístico. - Analiza y toma decisiones de mejora al servicio al cliente. - Desarrolla estrategias de servicio al cliente. - Establece precios para los servicios turísticos. - Establece estrategias de comunicación. - Diseña y administra programas de administración de evidencias físicas en

propia lengua. - Habilidades básicas de manejo de la computadora. - Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. - Capacidad crítica y autocrítica. - Trabajo en equipo. - Habilidades interpersonales. - Habilidades de investigación. - Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). - Habilidad para trabajar en forma autónoma.	la empresa de servicios.
Tema 3. Capital humano	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): - Gestiona el recurso humano pertinente para el servicio turístico para mantener el nivel constante de calidad y lograr la fidelidad del cliente. Genéricas: - Capacidad de análisis y síntesis. - Capacidad de organizar y planificar. - Comunicación oral y escrita en su propia lengua. - Habilidades básicas de manejo de la computadora. - Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. - Capacidad crítica y autocrítica. - Trabajo en equipo. - Habilidades interpersonales. - Habilidades de investigación. - Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). - Habilidad para trabajar en forma autónoma.	- Analiza y valora al capital humano en la organización de servicios. - Analiza y valora la importancia del personal de contacto en la empresa de servicios. - Realiza comparativos entre lo que existe y lo que se necesita. - Plantea alternativas de solución con referencia al personal.

Tema 4. Clientes	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): • Comprende los conceptos fundamentales que sustentan la administración de la relación con el cliente para la administración de la participación del cliente en el encuentro del servicio. Genéricas: • Capacidad de análisis y síntesis. • Capacidad de organizar y planificar. • Comunicación oral y escrita en su propia lengua. • Habilidades básicas de manejo de la computadora. • Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas). • Capacidad crítica y autocrítica. • Trabajo en equipo. • Habilidades interpersonales. • Habilidades de investigación. • Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). • Habilidad para trabajar en forma autónoma.	• Elabora un ensayo escrito sobre la fundamentación en pro y en contra del nivel de participación del cliente en el proceso de prestación de un servicio. • Planea y diseña escenarios de participación de acuerdo a las necesidades del cliente y la organización. • Elabora un comparativo de los principios de las expectativas del cliente y el impacto que tienen en la administración de su experiencia.
Tema 5. Evaluación y mejora en la prestación de los servicios turísticos.	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): • Evalúa las diferentes estrategias para detección y corrección de fallas en el proceso de prestación de un servicio. Genéricas: • Capacidad de análisis y síntesis. • Capacidad de organizar y planificar. • Comunicación oral y escrita en su propia lengua. • Habilidades básicas de manejo de la computadora.	• En equipo lleva a cabo una visita a una empresa de servicio turístico, identifica los puntos relevantes de la propuesta de valor y con base a lo observado elaboran un análisis crítico por escrito exponiendo los resultados en clase. • A partir de la visita de campo, el equipo elabora un plan de contingencia para la mejora continua del servicio prestado, presentando los resultados del primero y el planteamiento de la solución del problema en plenaria grupal.

• Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas). • Capacidad crítica y autocrítica. • Trabajo en equipo. • Habilidades interpersonales. • Habilidades de investigación. • Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). • Habilidad para trabajar en forma autónoma.	
--	--

8. Práctica(s)

• Investiga los diferentes tipos de servicios turísticos. • Elabora mapas conceptuales del proceso de decisión del consumidor. • Investiga sobre precios de los diferentes servicios en empresas turísticas. • Visita organizaciones privadas y gubernamentales de servicios turísticos y reconocerá y evaluará las experiencias. • Desarrolla temas sobre calidad de servicios en empresas turísticas. • Aplicación de la mercadotecnia para diseñar efectivamente alternativas de comercialización: • Estrategias de ventas en servicios • Estrategias de marketing en redes sociales • Merchandising: aumentando la rentabilidad en el punto de venta. • Turismo de negocios: city marketing • Gestión de investigación de nuevos mercados en turismo.
--

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

La evaluación debe ser continua y cotidiana por lo que se debe considerar el desempeño en cada una de las actividades de aprendizaje de competencias específicas como genéricas, haciendo especial énfasis en:

- Evaluación diagnóstica.
- Reporte escrito de la(s) investigación(es) encomendadas.
- Descripción de otras experiencias concretas que podrían realizarse adicionalmente: (discusiones grupales, cuadros sinópticos, mapas conceptuales, resúmenes etc.)
- Exámenes escritos para comprobar el manejo de aspectos teóricos y declarativos.
- Evaluación de los reportes escritos de las ideas y soluciones creativas encontradas durante el desarrollo de las actividades.
- Se sugiere una actividad integradora que permita aplicar los conceptos teóricos estudiados en la práctica, la cual se puede llevar a cabo a través de la vinculación con la industria del turismo de la región.
- Evaluación de exposiciones por equipo e individuales.
- Evaluación de las participaciones individuales.
- Presentación ejecutiva del portafolio de evidencias: apuntes, tareas, investigaciones, exámenes, presentaciones, reporte de actividades en la industria.

11. Fuentes de información

1. Cobra, M. (2000). Marketing de servicios. Colombia: Mc Graw Hill.
2. Hoffman, K.; Douglas, B. y John E. (2002). Fundamentos de marketing de servicios. México: Económico-Administración.
3. Zeithaml, B. (2009). Marketing de servicios. México: Mc Graw Hill.
4. Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). Marketing de servicios. Pearson

Educación: México. 5 edición

Fuentes electrónicas:

5. Secretaría de Turismo. (n.d). <http://www.sectur.gob.mx/>
6. Organización Mundial del Turismo OMT. (n.d.) World Tourism organization Network. <http://www2.unwto.org/>.
7. Adminístrate Hoy. <http://e-paf.com/categoria-producto/revista-pyme/>
8. Mundo Ejecutivo <http://mundoejecutivo.com.mx/>
9. Revista del consumidor <https://www.profeco.gob.mx/revista/revista.asp>