

**ASIGNATURA:** Marketing Turístico

**CURSO:** 3er Año

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE:** Rosana Laguna

**DIA:** Miércoles 13 de Mayo

**HORARIO:** de 21.00 a 22.20 hs.

<b>CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR</b>
<b>UNIDAD I: El Turismo y el Marketing</b>
El Plan de Marketing. La planificación estratégica
<b>GUIA O ACTIVIDADES</b>
<b><u>Guía de estudio 15</u></b>
<b>Visión y Misión</b>
Entendiendo que la planificación estratégica es una herramienta y un proceso fundamental para una empresa turística por la naturaleza y la fragilidad del turismo. Cada empresa debe desarrollar un plan para su supervivencia y este se definirá en base a sus oportunidades y recursos. La planificación estratégica brinda direccionalidad y será definida por los elementos fundamentales para su desarrollo: la visión, la misión, valores, los objetivos, la cartera de negocios y las estrategias.
<b>La visión</b> , entendida como: <i>“el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a la competitividad”</i> <i>Fleitman Jack</i>
Asimismo esta se define como : <i>La exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa, a largo plazo y toma en cuenta los sucesos del contexto.</i> Es un proceso intelectual mediante el cual un actor determinado, en su carácter de sujeto protagonista de actividades estratégicas, formula o representa un futuro posible. La visión estratégica es una suerte de proyección del presente hacia el futuro o una reflexión del futuro en el presente. En concreto es una declaración de aspiraciones de la empresa-
En relación a la <b>misión</b> es muy importante y esta se lleva adelante a partir de la definición de la Visión. Entendemos que la Misión:

*Es el propósito general o razón de ser de la empresa, que enuncia a que clientes sirve, que necesidades satisface, que tipo de producto ofrece y en general cuales son los límites de sus actividades.*

*La visión y la misión brindan coherencia, por ello es importante saber definirlas y comunicarlas, de manera de internalizarla en el equipo de la empresa.*

*Para la formulación de la Visión, debemos preguntarnos:  
¿Cuáles son nuestros deseos y aspiraciones?*

### **Actividad**

Realizar la lectura del capítulo 3. El papel de la planificación estratégica para profundizar el tema.

### **BIBLIOGRAFIA**

-Kotler Philip, Bowen John, Makens James, y otros. “Marketing turístico”. 5ta Edición. Madrid. 2011.