

PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo

ASIGNATURA: Marketing Turístico

CURSO: 3er Año

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: Rosana Laguna

DIA: miércoles 20 de Mayo

HORARIO: de 21.00 a 22.20 hs.

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
<p style="text-align: center;">UNIDAD I: El Turismo y el Marketing</p> <p style="text-align: center;">El Plan de Marketing. La planificación estratégica</p>
GUIA O ACTIVIDADES
<p style="text-align: center;"><u>Guía de estudio 17</u></p> <p>Entendiendo que la planificación estratégica es una vía muy importante para lograr los objetivos empresariales, en esta guía nos referimos a los valores y la cartera de negocios (componentes necesarios de la planificación estratégica).</p> <p>Los valores Son los principios y las convicciones de una empresa y se convierten en pilares de la cultura de la empresa. Estos se definen en base a acuerdos, son permanentes y son la base de la acción y ética de la empresa. Sin la existencia de los valores las acciones se dirigirán por convicciones propias del momento. Los valores la hacen diferentes, desarrollan la diferencia de la empresa y su marca. Por ejemplo los valores de la empresa puede ser: la ética, la calidad y la innovación.</p> <p>La cartera de negocio. La cartera de negocios son las unidades estratégicas de negocio y está conformada por un grupo de productos y negocios que desarrolla la empresa, según sus oportunidades de mercado. Una unidad de negocios tiene su propia organización, y se planifica independiente de otros negocios La empresa puede realizar la prestación de más de un bien y cada uno dirigido a un mercado diferente o segmentos comunes.</p> <p>Un ejemplo muy interesante en el desarrollo de carteras de negocios Walt Disney. Este cuenta con diversas carteras de negocios que le generan importantes ingresos; tales como: hoteles, cruceros, redes de medios, parques temáticos, productos de consumo, estudios, entre otros.</p> <p>Ahora realizamos una pregunta de reflexión y que será abordada luego en los trabajos próximos. ¿Cuál es el marco de referencia para trabajar y desarrollar valores en una empresa turística y nuestro destino? -Profundizar tema con la lectura de la bibliografía.</p>
BIBLIOGRAFIA
<p>-Kotler Philip, Bowen John, Makens James, y otros. “Marketing turístico”. 5ta Edición. Madrid. 2011.</p>