

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: 08 /09/20

HORARIO: de 21.00 a 22.20 hs.

-GUIA 27-

MIÉRCOLES 16/09/20

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR

UNIDAD III-IV

Tema: Evaluación de Necesidades de información.

La empresa requiere de estudios específicos para definir sus productos, acciones de la planificación y estrategias de competitividad, entre otras-

El microentorno está constituido por aquellas fuerzas cercanas a la empresa que influyen en su capacidad de satisfacer a sus clientes:

Proveedores

Aquellas empresas o personas físicas que proporcionan los recursos a la empresa para producir los bienes y servicios.

Intermediarios

Empresas, organizaciones o personas que ayudan a la promoción, distribución y ventas de los servicios bienes hacia un público objetivo.

Competencia

Se debe realizar un estudio de las oportunidades y amenazas derivadas de aquellas empresas que, desde un punto de vista amplio, rivalizan con nuestra empresa.

A esto debemos sumar a los clientes y grupos de interés, entre otros.

ACTIVIDAD

1. Identifique los componentes del Microentorno según la bibliografía de la materia y realice una caracterización de los mismos.
2. ¿Cuáles son los proveedores e intermediarios del tipo de empresa seleccionada por su grupo para desarrollar el Plan de Marketing? Especifique.

Fecha de presentación: 22-09-20, hs. 21.00. Encuentro Virtual

Se enviará horas previas al encuentro el Link de ingreso.

Estimados estudiantes se requiere su asistencia para el tratamiento de los temas y de la propuesta del Plan de Marketing.

BIBLIOGRAFIA

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