

**UNIVERSIDAD NUEVA ESPARTA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS**

**DISEÑO CURRICULAR
 PROYECTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA I
 (PLAYA, SELVA, MONTAÑA Y LLANOS)**

CÓDIGO DE LA ESCUELA: 30-17250		PENSUM: Abril 1997
ASIGNATURA: Proyecto de Promoción Turística I		CÓDIGO DE ASIGNATURA: 30-0811
SEMESTRE: 8	UNIDADES CREDITOS: 3	TOTAL HORAS / SEMESTRE: 64

PRELACIÓN	ELABORACIÓN	REVISADO POR
30-0302	Prof. Luisa Lorena Silva	Prof. Olga Arreaza B.
30-0303	Fecha: Enero 2004	Fecha: Enero 2004

OBJETIVO GENERAL

Al finalizar el curso, los participantes tendrán conocimientos sobre producto turístico y promoción turística y serán capaces de elaborar un proyecto de promoción a partir de un atractivo turístico natural, tal es el caso de playas, selvas, montañas y llanos.

UNIDAD I: MARKETING Y PRODUCTO TURISTICO

1. Objetivos de la Unidad:

1

2 1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: reconocer la importancia del marketing en la promoción turística y podrán identificar y preparar un producto turístico.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Identificar las distintas etapas de la comercialización de productos..

1.2.2. Reconocer la importancia del marketing en el proceso de comercialización.

1.2.3. Determinar los componentes y las características del producto turístico.

1.2.4. Identificar las diferencias entre marketing de productos turísticos y de productos de consumo masivo.

2. Contenidos:

La comercialización de productos y sus antecedentes. Antecedentes del marketing turístico. Marketing turístico como elemento fundamental en un proyecto de promoción. Concepto de marketing y de producto turístico. Componentes y características del producto turístico. Promoción y publicidad. Diferencias entre marketing y marketing de productos turísticos. Aplicación del marketing en la comercialización.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Investigación previa.

3.2. Discusión dirigida por el docente.

3.3. Taller grupal.

3.4. Taller grupal.

UNIDAD II: PROMOCION TURÍSTICA

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes estarán en capacidad de: determinar la importancia de la promoción en el proceso de comercialización de productos turísticos, igualmente identificarán un atractivo natural para conformar un producto turístico, y manejarán la legislación venezolana en materia de promoción turística.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Lograr un conocimiento de la importancia de la Promoción de Productos Turísticos.

1.2.2. Determinar las posibilidades de aprovechamiento de los atractivos naturales como productos turísticos.

1.2.3. Conocer el contenido de la legislación vigente en materia de promoción turística.

1.2.4. Identificar el organismo nacional responsable de la promoción turística en el país y conocer su estructura y funcionamiento.

2. Contenidos:

Ley Orgánica de Turismo. Componentes del producto turístico. Los atractivos naturales o el paisaje como elemento principal del producto turístico objeto de promoción. La promoción de paisaje. Capacidad de soporte.

3. Estrategias Metodológicas

3.1. Investigación previa.

3.2. Discusión dirigida por el docente.

3.3. Prácticas en forma individual y grupal.

UNIDAD III: ESQUEMA METODOLOGICO DE UN PROYECTO DE PROMOCION

1. Objetivo de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: elaborar un proyecto de promoción e un producto turístico a partir de un atractivo natural.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Elaborar una investigación de marketing.

1.2.2. Conformar un producto turístico a partir de un atractivo natural.

1.2.3. Elaborar un proyecto de promoción turística.

1.2.4. Preparar el material promocional contemplado en el programa e promoción.

2. Contenidos:

Formulación y ejecución de un Plan Integral. Información proveniente del plan de marketing. Características de la encuesta del perfil del visitante. Preparación del programa de promoción.

3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Exposición del docente.
 - 3.2. Investigación previa.
 - 3.3. Prácticas en forma individual y grupal.

UNIDAD IV: MEDIOS DE PROMOCION

1. Objetivo de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: diferenciar los distintos tipos, medios y recursos existentes para realizar promoción.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Analizar experiencias de promoción impresa, audiovisual y por Internet.
 - 1.2.2. Establecer las ventajas y desventajas de los tipos de promoción.
 - 1.2.3. Reconocer el papel del organismo oficial y privado que intervienen en la promoción turística.
 - 1.2.4. Conocer los planes de promoción turística del país.
2. Contenidos:

Revisión y análisis de material promocional impreso, audiovisual y por Internet. Promoción turística en Venezuela. Publicidad y promoción.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Exposición por parte de los participantes.
 - 3.2. Talleres grupales.
 - 3.3. Investigación previa.
4. Evaluación:

El profesor de la asignatura determinará en el Plan de Cronograma las fechas y el tipo de evaluación a realizar. Adoptará en las Pruebas Parciales las normas establecidas en el Reglamento de Evaluación de la Universidad Nueva Esparta.

BIBLIOGRAFÍA:

ACERENZA, Miguel. Promoción Turística. Editorial Trillas. México 1.993.

DAAH, Jorge. Promoción y Publicidad. Editorial Trillas. México 1.983.

Republica Bolivariana de Venezuela. Ley Orgánica de Turismo. Caracas 2001.