

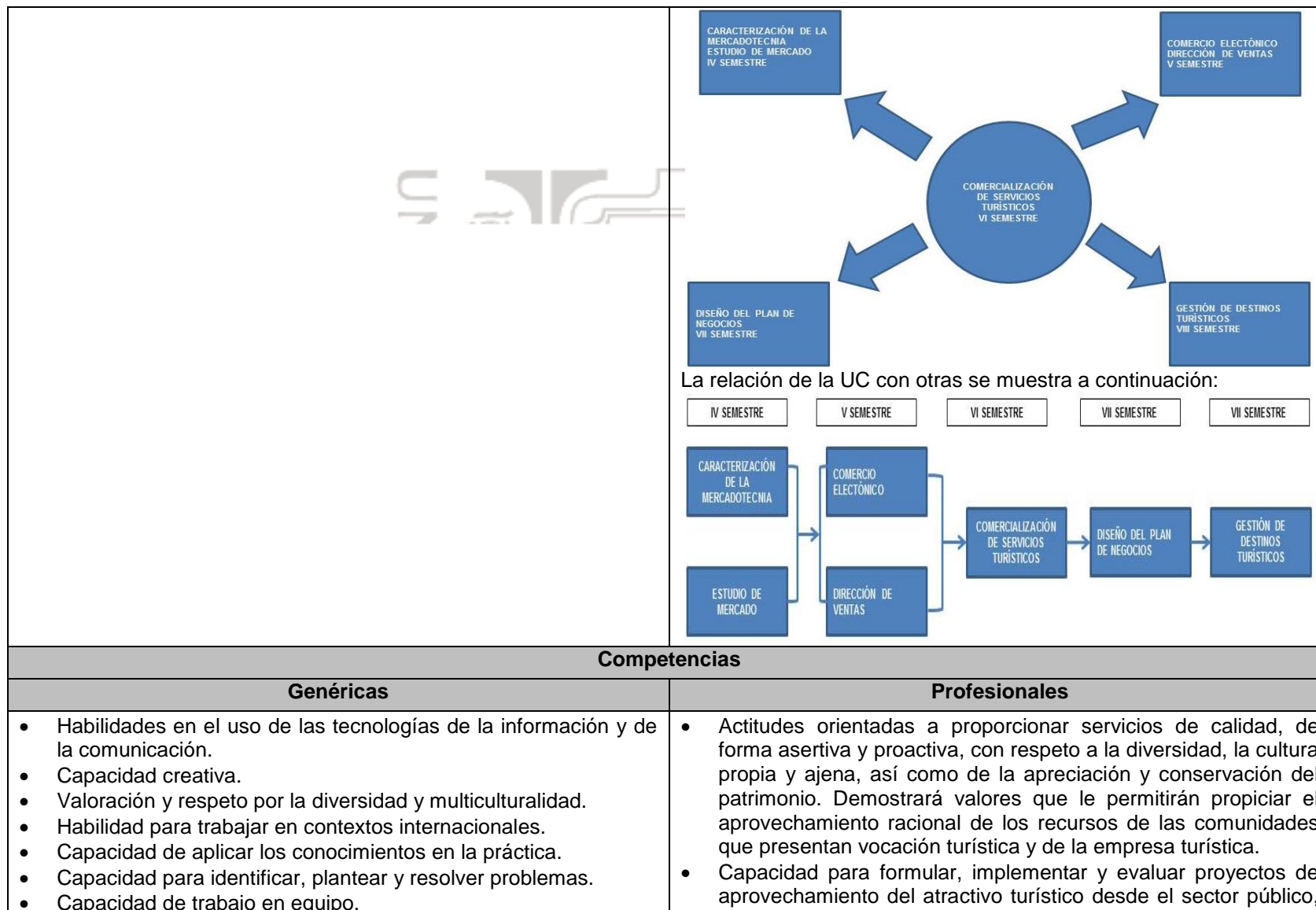
# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Unidad de Competencia									
Comercialización de Servicios Turísticos									
Semestre	Fecha de elaboración			Área de formación:					
Quinto	DD	MM	AÑO	Específica					
	19	Octubre	2012	HD	HP	HAI	HCD	HSM	CR
				3	1	1	4	80	5
PERFIL DEL DOCENTE									
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Licenciatura en Turismo, Administración de Empresas Turísticas, Administración Turística, Gestión Turística. Maestría en Turismo, Administración o Mercadotecnia.</li> <li>2. Experiencia laboral mínimo de tres años en áreas de comercialización, ventas y/o mercadotecnia, en empresas del ramo turístico nacional e internacional.</li> <li>3. Dominio del Idioma Inglés en el nivel B2 del MCER.</li> <li>4. Manejo de Tecnologías de información y comunicación, especialmente en el uso de internet, redes sociales y paquetería básica de Word, Excel, PowerPoint, Publisher.</li> </ol>									
Propósito general:				Presentación:					
<p>Al finalizar la unidad de competencia el estudiante aplicará técnicas para la innovación en la gerencia de servicios distinguiendo los tipos de comercialización para los distintos servicios turísticos (hotelería, restauración, viajes, destinos turísticos), que le permitirá mantener un actitud orientada a proporcionar servicios de calidad de forma asertiva y proactiva con respeto a la diversidad, la cultura propia y ajena; a través de valores como el entusiasmo, creatividad, sencillez, disciplina.</p>				<p>Actualmente la dinámica turística a nivel nacional e internacional se encuentra inmersa en la globalización, proceso que ha permitido que las naciones abran aún más sus puertas a visitantes nacionales y extranjeros, siendo esto un factor determinante para la comercialización pertinente de los servicios en el sector turístico. En esta unidad de competencia podrás conocer el modelo de franquicias en general y específicamente franquicias turísticas en México y a nivel internacional; los servicios en cuanto a su concepto, naturaleza, características y estrategias. Utilizarás el modelo del triángulo del servicio para lograr innovaciones en la gerencia de servicios y diseñarás un plan de comercialización adecuado para un servicio turístico determinado. Esta unidad de competencia se relaciona directamente con la caracterización de la mercadotecnia, estudio de mercado, dirección de ventas, comercio electrónico y gestión de destinos turísticos. A continuación podrás observar una representación gráfica de los contenidos a desarrollar:</p>					

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA



### Competencias

#### Genéricas

- Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.
- Capacidad creativa.
- Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad.
- Habilidad para trabajar en contextos internacionales.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.
- Capacidad de trabajo en equipo.

#### Profesionales

- Actitudes orientadas a proporcionar servicios de calidad, de forma asertiva y proactiva, con respeto a la diversidad, la cultura propia y ajena, así como de la apreciación y conservación del patrimonio. Demostrará valores que le permitirán propiciar el aprovechamiento racional de los recursos de las comunidades que presentan vocación turística y de la empresa turística.
- Capacidad para formular, implementar y evaluar proyectos de aprovechamiento del atractivo turístico desde el sector público,

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso ético.</li> <li>• Capacidad de comunicación oral y escrita.</li> </ul>	<p>la micro, pequeña, mediana y gran empresa turística, a escalas local, regional, nacional e internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar sistemas de gestión en la micro, pequeña, mediana y gran empresa turística a escala local, regional, nacional e internacional.</li> </ul>
--	---

### Estructura básica de la Unidad de Competencia

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Expresa precisiones conceptuales de la evolución de la comercialización mundial bajo el modelo de franquicias.	<b>Conocimientos:</b> concepto y caracterización de franquicias de acuerdo al marco legal.	Al final la subcompetencia el estudiante será competente para expresar con precisión el concepto y caracterización de las franquicias de acuerdo al marco legal vigente en la nación y tendrá la habilidad de describir, analizar y comparar los diferentes tipos de franquicias turísticas con una actitud abierta, de aceptación y visión del entorno nacional e internacional con objetividad, respeto y con crítica constructiva.	1. Comercialización por franquicias <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Las franquicias                             <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Conceptos generales.</li> <li>ii. Marco legal de las franquicias.                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley de la Propiedad Industrial.</li> <li>• Leyes, reglamentos y códigos nacionales aplicables a las franquicias.</li> <li>• Contratos de administración para una franquicia.</li> </ul> </li> </ol> </li> <li>b. Conceptos para el desarrollo y compra de una franquicia.</li> <li>c. Ventajas y desventajas de las franquicias.</li> <li>d. Las franquicias turísticas nacionales e internacionales.</li> <li>e. Cómo estructurar una franquicia turística.</li> </ol>
	<b>Habilidades:</b> describirá, analizará y comparará los diferentes tipos de franquicias.		
	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> respeto, objetividad, crítica constructiva, abierto, visión del entorno internacional, aceptación		
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Análisis de lecturas selectas Cuadro Sinóptico acerca de la comercialización de las franquicias Cuadro comparativo entre franquicias nacionales e internacionales.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Antología Lecturas selectas Video Diapositivas.	Exposición del profesor Exposición del estudiante Foro virtual grupal Investigación bibliográfica y por Internet
--	---

Subcompetencia	Elementos de la Subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Identifica las características de los servicios	<b>Conocimientos:</b> sobre conceptos de servicio, naturaleza y clasificación de servicios; características de los servicios y sus implicaciones en la comercialización; estrategias de mercado para empresas de servicios.	Al finalizar la subcompetencia el estudiante será competente para expresar el concepto de servicio, naturaleza, y clasificación; identificará y diferenciará las distintas características de los servicios y sus implicaciones en su comercialización, analizará las estrategias de mercado aplicables a las empresas de servicios, demostrará responsabilidad, voluntad y constancia, así como una actitud de respeto, tolerancia y entusiasmo.	2. Caracterización de los servicios <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Concepto de servicio.</li> <li>b. Naturaleza y clasificación de servicios.</li> <li>c. Características de los servicios y sus implicaciones en la comercialización                             <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Intangibilidad.</li> <li>ii. Inseparabilidad.</li> <li>iii. Variabilidad.</li> <li>iv. Perecederos.</li> </ol> </li> <li>d. Comercialización de servicios.                             <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Conceptualización.</li> </ol> </li> <li>e. Estrategias de mercado para empresas de servicios.                             <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Diferenciación.</li> <li>ii. Calidad del servicio.</li> <li>iii. Producción.</li> <li>iv. Estrategias de apoyo.                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preventa.</li> <li>• Postventa.</li> </ul> </li> </ol> </li> </ol>
	<b>Habilidades:</b> Identificará y diferenciará las características de los servicios y sus implicaciones en la comercialización. Describirá la comercialización de servicios. Analizará las diversas estrategias de mercado para empresas de servicios.		
	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> Responsabilidad, voluntad, constancia, respetuoso, tolerante, entusiasta		

### Evidencias de desempeño

Análisis de lecturas selectas  
Mapa mental sobre las características de los servicios

Recursos didácticos	Estrategias de aprendizaje
Apuntes Diapositivas. Lecturas selectas.	Exposición del profesor. Exposición del estudiante. Investigación bibliográfica y por Internet.

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Comprende el modelo del triángulo del servicio.	<b>Conocimientos:</b> sobre el modelo del triángulo del servicio tanto en los sistemas de la comercialización como las estrategias de servicio y el personal del servicio.	Al final la subcompetencia el estudiante comprenderá y entenderá el modelo del triángulo del servicio en cuanto a los sistemas de comercialización, calidad y personal del servicio, aplicará herramientas para investigación de mercados y a partir de ello tendrá la capacidad para identificar y resolver problemas relacionados con la calidad del servicio.	3. Modelo de servicio a. Modelo del triángulo del servicio. i. Sistemas en la comercialización. • Necesidades y expectativas del usuario. ii. Calidad del servicio. iii. Paquete de servicios. b. Estrategias de servicio. i. Concepto. ii. Razones. iii. Elementos c. El personal del servicio. i. Cultura de servicio. ii. La motivación. iii. Capacitación de personal. iv. Evaluación del rendimiento.
	<b>Habilidades:</b> Entenderá el modelo del triángulo de servicio y aplicará herramientas de investigación de mercado y tendrá la capacidad para identificar y resolver problemas referentes a la calidad del servicio.		
	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> Objetividad, responsabilidad, orden, integración, persistencia, cultura de trabajo		
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Investigación en una empresa local que aplique el modelo del triángulo de servicio.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	
Apuntes. Diapositivas Videos.		Exposición del estudiante Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.	
Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Aplica técnicas para la innovación en la gerencia de servicios	<b>Conocimientos:</b> sobre los instrumentos para la creatividad e innovación	Al final la subcompetencia el estudiante será competente para aplicar las técnicas para la	4. Innovación en la gerencia de servicios a. Instrumentos para la

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

	<p><b>Habilidades:</b> Aplicará las técnicas para la creatividad que le permitirá al estudiante innovar en la gerencia de servicios de empresas turísticas.</p>	<p>creatividad que le permitan innovar en la gerencia de servicios de empresas turísticas, con libertad, percepción y creatividad, a través de su actitud emprendedora, ser un agente de cambio y lograr la innovación adecuada al entorno local, regional, nacional e internacional.</p>	<p>creatividad e innovación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Manejo de modelos de creatividad para la innovación.</li> <li>b. Proceso de creatividad.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Preguntas fundamentales.</li> <li>ii. Lista de verificación básica.</li> </ul> </li> <li>c. Principios para la práctica de la creatividad.</li> <li>d. Innovación desde el ciclo del servicio.</li> <li>e. Cómo crear valor agregado.</li> <li>f. Fuentes de innovación.</li> </ul>
	<p><b>Valores y actitudes profesionales:</b> Creatividad, libertad, percepción, Innovación, compromiso de actuar como agentes de cambio, actitud emprendedora</p>		
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Portafolio de evidencias que incluya: reporte escrito de la dinámica realizada sobre la creatividad, fotos o video.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	
Apuntes. Diapositivas. Videos.		Exposición del profesor Exposición del estudiante Comunidades de indagación.	

308

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Distingue los tipos de comercialización para los distintos servicios turísticos (hotelería, restauración, viajes, destinos turísticos)	<p><b>Conocimientos:</b> Sobre comercialización de servicios turísticos de hotelería, restauración, viajes y destinos turísticos.</p>	Al final de la subcompetencia el estudiante distingue los tipos de comercialización para los distintos servicios turísticos (hotelería, restauración, viajes, destinos turísticos) y será competente para diseñar un plan de comercialización para una empresa de servicios turísticos, siendo objetivo, sensible y creativo al desarrollarlo y lograr una innovación siendo	5. Comercialización de servicios turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Comercialización para hotelería.</li> <li>b. Comercialización para restaurantes.</li> <li>c. Comercialización para servicios de viajes.</li> <li>d. Comercialización para destinos turísticos.</li> <li>e. Plan de comercialización de servicios turísticos.</li> </ul>
	<p><b>Habilidades:</b> Diseñará el plan de comercialización de un servicio específico (hotelería, restauración, viajes, destinos turísticos). Trabajo en equipo.</p>		
	<p><b>Valores y actitudes profesionales:</b> Objetividad, sensibilidad, creatividad, innovación, compromiso de actuar como agentes de cambio, actitud emprendedora</p>		

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

		pertinente al entorno en el que se desenvuelve.	<ol style="list-style-type: none"> <li>i. Diseño del paquete de servicios. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre comercial y marca.</li> <li>• Portafolio de productos.</li> </ul> </li> <li>ii. Determinación del precio del servicio. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias y políticas de precios.</li> <li>• Métodos de fijación de precios.</li> </ul> </li> <li>iii. Ubicación del servicio.</li> <li>iv. Diseño de la promoción del servicio. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad.</li> <li>• promoción de ventas</li> <li>• Promotores de ventas.</li> <li>• Relaciones públicas.</li> </ul> </li> </ol>
--	--	---	---

309

### Evidencias de desempeño

Proyecto de diseño de una empresa de servicios	
Recursos didácticos	Estrategias de aprendizaje
Apuntes Diapositivas Videos.	Exposición del profesor Exposición del estudiante Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.

Estrategias de evaluación			Competencia que evidencia	
Criterios	Instrumentos	%		
Conocimientos	Evaluación parcial de conocimientos (3) Cuadro comparativo entre franquicias nacionales e internacionales. Cuadro Sinóptico acerca de la comercialización de las franquicias Investigación en una empresa local que aplique el modelo del	<b>40</b>	Genéricas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.</li> <li>• Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo.</li> </ul> Profesionales: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para formular, implementar y evaluar</li> </ul>	15          15          15          55

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

	<p>triángulo de servicio. Mapa mental sobre las características de los servicios Portafolio de evidencias que incluya: reporte escrito de la dinámica realizada sobre la creatividad, fotos o video.</p>		<p>proyectos de aprovechamiento del atractivo turístico desde el sector público, la micro, pequeña, mediana y gran empresa turística, a escalas local, regional, nacional e internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar sistemas de gestión en la micro, pequeña, mediana y gran empresa turística a escala local, regional, nacional e internacional..</li> </ul>	
Habilidades	<p>Análisis de lecturas selectas Proyecto de diseño de una empresa de servicios</p>	<b>40</b>	<p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.</li> <li>• Capacidad creativa.</li> <li>• Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad.</li> <li>• Habilidad para trabajar en contextos internacionales.</li> <li>• Compromiso ético.</li> <li>• Capacidad de comunicación oral y escrita.</li> </ul> <p>Profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitudes orientadas a proporcionar servicios de calidad, de forma asertiva y proactiva, con respeto a la diversidad, la cultura propia y ajena, así como de la apreciación y conservación del patrimonio. Demostrará valores que le permitirán propiciar el aprovechamiento racional de los recursos de las comunidades que presentan vocación turística y de la empresa turística.</li> </ul>	<p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>40</p>
Actitudes y valores	<p>Resultados de investigación. Manejo de fuentes de información. Manejo de escenario en exposición. Redacción y ortografía. Coherencia de ideas.</p>	<b>20</b>	<p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.</li> <li>• Capacidad creativa.</li> <li>• Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad.</li> <li>• Habilidad para trabajar en contextos internacionales.</li> <li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.</li> </ul>	<p>15</p> <p>15</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p>



# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. 10</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo. 10</li> <li>• Compromiso ético. 10</li> <li>• Capacidad de comunicación oral y escrita.. 10</li> </ul>	
--	--	--	--	--

\* Al momento de elaboración la planeación con dosificación de contenidos, es imprescindible que el profesor considere la mezcla de al menos cuatro estrategias para generar el resultado final. Ninguna puede tener un peso mayor al 40% del total.

### Referencias.

Básicas:	Complementarias:
Bibliográficas:	Bibliográficas:
<p>Alcaráz, Rafael (2006), <i>El emprendedor de éxito</i>. México: McGraw-Hill. 3ª. Edición.</p> <p>Dahdá, Jorge (2005), <i>Publicidad Turística</i>. México: Trillas.</p> <p>De Bono, Edward (2006), <i>Los seis sombreros para pensar</i>. Argentina: Granica</p> <p>Feher Tocatli, Ferenz (2004), <i>Franquicias a la mexicana</i>, México: McGraw-Hill.</p> <p>Fernández, P., Bajac, H. (2003), <i>La gestión del Marketing de Servicios</i>. Argentina: Granica.</p> <p>Goleman, Daniel, Kaufman, Paul, Ray, Michael (2009), <i>El Espíritu Creativo</i>. Ediciones B.</p> <p>Hoffman, K. Douglas, Bateson, John (2012), <i>Marketing de Servicios, Conceptos, estrategias y casos</i>, México: Cengage Learning.</p> <p>Kotler, Philip, Bowen, John, Makens, James, Rufin, Ramón, Reina Ma. D. (2004), <i>Marketing para Turismo</i>, Madrid España: Prentice Hall, 3ª. Edición.</p> <p>Kotler, Philip, Gertner, David, Rein, Irving, Haider, Donald (2007), <i>Marketing Internacional de lugares y destinos, Estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica</i>. México: Pearson Education.</p> <p>Raab, Steven, Matusky, Gregory (2008), <i>Franquicias, Cómo multiplicar su negocio</i>, México Limusa.</p> <p>Stanton, Willian, Etsel, Michael, Walker, Bruce (2007), <i>Fundamentos de Marketing</i>. México: McGraw-Hill. 14ª. Edición.</p> <p>Warner, John, (2009), <i>Creatividad e innovación</i>. Universitaria Ramón</p>	<p>Berry L., Leonard, Parasuraman, A. (1993), <i>Marketing de servicios. La calidad como meta</i>, Barcelona. Parramón.</p> <p>Foster, Dennis (1994), <i>Ventas y Mercadotecnia para el profesional del Turismo</i>. México: McGraw-Hill.</p> <p>Kotler, Philip, Armstrong, Gary, (2008), <i>Fundamentos de Marketing</i>. México: Pearson Education. 8a. Edición.</p> <p>Maqueda Lafuente, Javier. (2003), <i>Protocolo empresarial, Una estrategia de marketing</i>, Madrid, España: Esic.</p> <p>Massonnier, Verónica (2008), <i>Tendencias de Mercado</i>. Argentina: Granica.</p>

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

<p>Areces. B. Werther, William, Davis, Keith (2008) <i>Administración de Recursos Humanos</i>. México: McGraw-Hill. 6ª. Edición. Zeithaml, Valerie, Bitner, Mar (2004), <i>Marketing de Servicios</i>, México: McGraw-Hill. 2ª. Edición.</p>	
<p>Hemerográficas:</p>	<p>Hemerográficas:</p>
<p>Entrepreneur, México. Mensual. Expansión, México. Quincenal. Harvard Business Review, México. Mensual.</p>	<p>Harvard Business Review, México. Mensual. Emprendedores, UNAM, México. Bimestral. Conrady, R. y Buck, M. (actualización anual), Trends and issues in global tourism, Germany, Springer. Revista del Mercosur (actualización mensual) Tourism-review (actualización mensual)</p>
<p>Ligas de Internet:</p>	<p>Ligas de Internet:</p>
<p>www.100franquicias.com.mx www2.unwto.org www.carloschurba.wikispaces.com www.conceptmaps.it www.crealogar.blogspot.mx www.crealogar.blogspot.mx www.creatividadysociedad.com www.degerencia.com www.elprisma.com www.es.wikipedia.org/wiki/Turismo www.franquiciasdemexico.org www.impi.gob.mx/ www.microsoft.com www.revistalabarra.com.co</p>	<p>www.cnnexpansion.com www.emprendedoresunam.com.mx www.merca20.com/ www.soyentrepreneur.com www.sectur.gob.mx International Journal of Tourism Management en: www.sciencedirect.com Annals of Tourism Research en: www.sciencedirect.com Tourism Management en: www.sciencedirect.com Organización Mundial del Turismo www.untwo.org</p>
<p>Videos:</p>	
<p>Aguilar, D. (2011), <i>Qué son las franquicias</i>. Feher, T. F., Entrepreneur. Semana PYME (2009), <i>¿Las franquicias son para mí?</i> Parte 1 y 2. Disponible desde internet en: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=NDLeB0r-IIM">https://www.youtube.com/watch?v=NDLeB0r-IIM</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=DjOA2SPWJF0">https://www.youtube.com/watch?v=DjOA2SPWJF0</a> Motivación. Disponible desde internet en: <a href="http://youtu.be/IQW4_IHHCaU">http://youtu.be/IQW4_IHHCaU</a> Creatividad e innovación. Disponible desde internet en: <a href="http://youtu.be/PkkDPG0ue8U">http://youtu.be/PkkDPG0ue8U</a></p>	
<p>Bases de Datos:</p>	
<p>ww.conricyt.mx</p>	

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

[www.redalyc.org](http://www.redalyc.org)  
[www.springer.com](http://www.springer.com)  
[www.ebsco.com](http://www.ebsco.com)

