

ASIGNATURA INTEGRADORA IV

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Competencias	Desarrollar proyectos turísticos dentro del marco de la sustentabilidad, impulsando el trabajo en redes sociales, a partir de las características y necesidades de la región y organizaciones, para contribuir a la calidad de vida de las comunidades, rentabilidad de las empresas y satisfacción de los turistas.
2. Cuatrimestre	Décimo
3. Horas Teóricas	22
4. Horas Prácticas	8
5. Horas Totales	30
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	2
7. Objetivo de Aprendizaje	El alumno integrará evidencias de un proyecto turístico dentro del marco de la sustentabilidad, impulsando el trabajo en redes sociales, a partir de las características y necesidades de la región y organizaciones, para contribuir a la calidad de vida de las comunidades, rentabilidad de las empresas y satisfacción de los turistas

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Producto turístico sustentable	5	10	15
II. Herramientas de marketing	3	12	15
Totales	8	22	30

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		 Educación en Competencias Profesionales Universidades Tecnológicas
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

INTEGRADORA IV

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Producto turístico sustentable
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	10
4. Horas Totales	15
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno integrará un clúster de productos turísticos considerando las características del entorno para contribuir al desarrollo sustentable de la región.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Desarrollo sustentable y su impacto ambiental	<p>Reconocer los ejes del desarrollo sustentable:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ambiental - Social - Económico <p>Reconocer la metodología de elaboración de un estudio de impacto ambiental:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uso de guías metodológicas - Metodología de impacto ambiental - Criterios para la ponderación de la importancia (incidencia) y la magnitud de los impactos ambientales - Criterios técnicos para identificar aspectos críticos durante la evaluación de estudios de Impacto Ambiental 	Integrar la planeación de estudios de impacto ambiental, considerando la metodología de elaboración	Analítico Objetivo Visionario Responsable Respetuoso al medio ambiente Toma de decisiones

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		 Educación en Competencias Profesionales Ministerio de Educación
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Alianza estratégica de Productos turísticos	<p>Reconocer las fases en el desarrollo de alianzas estratégicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fase 1: Decisiones estratégicas (justificación y proyección de la alianza, detección de las mejores prácticas de la organización). -Fase 2: Estructurar el tipo de alianza estratégica (definir campo y nivel de cooperación, decidir aspectos de medición y control). -Fase 3: Seleccionar al(los) asociado(s) y ajustes estratégicos. -Fase 4: Desarrollar convenios. 	Integrar alianzas estratégicas de productos turísticos	<p>Líder Ético Trabajo en equipo Visionario Comprometido</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

INTEGRADORA IV

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Integrará un proyecto que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Propuesta de productos turísticos -Ejes de Desarrollo Sustentable -Planeación de un estudio de impacto Ambiental -Diseño de una ruta regional. -Descripción de productos turísticos potenciales. -Descripción de una alianza estratégica y su justificación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer los ejes del desarrollo sustentable. 2. Comprender la metodología para el estudio de impacto ambiental. 3. Identificar las fases en el desarrollo de alianzas estratégicas 	<p>Proyecto Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		 Educación en Competencias Profesionales Ministerio de Educación
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

INTEGRADORA IV

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Tarea de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Equipo de cómputo Proyector Internet Impresos Audiovisuales

ESPAZIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

INTEGRADORA IV

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad de Aprendizaje	II. Herramientas de marketing
2. Horas Teóricas	3
3. Horas Prácticas	12
4. Horas Totales	15
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno integrará un plan de mercadotecnia, haciendo uso de estrategias para lograr la fidelización del turista

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Plan de mercadotecnia	<p>Reconocer los elementos y características que conforman un plan de mercadotecnia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propósito del Plan de Marketing - Análisis del negocio - FODA - Objetivos de ventas - Mercado Meta - Objetivos y estrategias de mercadotecnia - Estrategia de posicionamiento - Mezcla de mercadotecnia para la ejecución del plan - Presupuesto y calendario del plan - Ejecución - Evaluación 	Integrar planes de mercadotecnia, considerando las características de las alianzas estratégicas	Organizado Líder Visionario Estratega Toma de decisiones Asertivo
La empresa y su relación con los clientes		Integrar un plan de medios, considerando las características de las alianzas estratégicas	Organizado Visionario Estratega Toma de decisiones Asertivo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		 Educación en Competencias Profesionales Universidad de Turismo y Hospitalidad Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

INTEGRADORA IV

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Integrará un proyecto de productos turísticos que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de mercadotecnia - Plan de medios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer los elementos y características que conforman un plan de mercadotecnia. 2. Comprender la relación que existe entre la empresa y el cliente. 3. Diseñar un plan de marketing. 4. Realizar una propuesta de plan de medios. 	<p>Proyecto. Lista de cotejo.</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		 Educación en Competencias Profesionales
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

INTEGRADORA IV

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Tarea de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Equipo de cómputo Proyector Internet Impresos Audiovisuales

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

INTEGRADORA IV

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Realizar el análisis del negocio mediante la determinación del inventario turístico e identificación de recursos internos y factores externos para proporcionar los insumos del plan de mercadotecnia.	<p>Elabora un documento donde integre:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El inventario turístico (atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y supraestructura) -El análisis del negocio (compañía, producto, mercado meta, participación en el mercado, perfil del consumidor y precios) -El análisis comparativo de la competencia, y -El análisis FODA
Desarrollar productos turísticos mediante el plan de mercadotecnia, atendiendo los lineamientos normativos para satisfacer las necesidades del mercado.	<p>Elabora una propuesta de diseño o rediseño de un producto turístico, mediante un plan de mercadotecnia que integre:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definición del producto turístico (recursos, infraestructura, equipamiento y servicios) -Definición de mercado meta -Objetivos de venta -Estrategias de mercadotecnia y posicionamiento -Mezcla de mercadotecnia (producto, precio, distribución y promoción) -Presupuesto y calendario del plan de mercadotecnia.
Proponer un programa de seguimiento postventa (Customer Relationship Management-CRM) interpretando los indicadores de la operación para contribuir a la fidelidad de los clientes.	<p>Diseña un programa de seguimiento postventa con las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición de objetivos y visión del seguimiento postventa - Identificación de los atributos de valor para la fidelidad y satisfacción del cliente - Gestión de información (obtener, codificar, analizar y compartir) - Seguimiento y control (premios e incentivos que promuevan la lealtad) - Estrategias de posicionamiento y consolidación del producto turístico.

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		 Educación en Competencias Profesionales
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Capacidad	Criterios de Desempeño
Promover alianzas estratégicas mediante el desarrollo de convenios y actividades conjuntas para aprovechar oportunidades del mercado y lograr un desarrollo integral de la actividad turística de la región.	<p>Desarrolla un modelo de alianza estratégica donde se describen:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fase 1: Decisiones estratégicas (justificación y proyección de la alianza, detección de las mejores prácticas de la organización) -Fase 2: Estructurar el tipo de alianza estratégica (definir campo y nivel de cooperación, decidir aspectos de medición y control) -Fase 3: Seleccionar al(los) asociado(s) y ajustes estratégicos.
Diagnosticar las condiciones ambientales y socioeconómicas del entorno empleando técnicas de investigación documental y de campo para elaborar un plan de acción, establecer prioridades y responsabilidades y de las empresas turísticas	<p>Elabora un informe de una zona y/o empresa turística, sobre la situación que guardan los siguientes aspectos, a partir de fuentes oficiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medioambientales: gestión de los recursos: aire, agua, energía, desechos, educación ambiental. - Socioeconómicos: crecimiento de la población, ambulantaje, nivel de educación de la población, capacidad económica, nivel cultural, empleo. - Desarrollo urbano: ordenamiento ecológico territorial y reglamento de imagen urbana, índice de vivienda, planes de desarrollo urbano. - Turismo: participación empresarial (empresas socialmente responsables, certificadas en calidad ambiental), guías certificados, porcentaje de ocupación, estacionalidad, gasto promedio del turista. <p>El análisis de la información recabada para identificar áreas potenciales de desarrollo sustentable, recursos disponibles y problemas detectados.</p>
Establecer líneas de acción estratégicas considerando las condiciones detectadas, los lineamientos de sustentabilidad, la normatividad aplicable, así como las certificaciones ambientales, para mejorar la calidad de los destinos turísticos	<p>Diseña un plan de acciones sustentables para un servicio turístico que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Descripción de estrategias (Calidad ambiental turística, Banderas Azules, ISO 19011) - Selección del indicador de sustentabilidad - La normatividad aplicable - Identificación de los actores involucrados (Instituciones, autoridades y sociedad) - Cronograma de trabajo - Resultados esperados

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Capacidad	Criterios de Desempeño
Establecer líneas de acción estratégicas considerando las condiciones detectadas, los lineamientos de sustentabilidad, la normatividad aplicable, así como las certificaciones ambientales, para mejorar la calidad de los destinos turísticos	<p>Diseña un plan de acciones sustentables para un servicio turístico que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Descripción de estrategias (Calidad ambiental turística, Banderas Azules, ISO 19011) - Selección del indicador de sustentabilidad - La normatividad aplicable - Identificación de los actores involucrados (Instituciones, autoridades y sociedad) - Cronograma de trabajo - Resultados esperados
Coordinar el desarrollo de las estrategias con base en los principios contenidos en el proyecto de desarrollo sustentable para operar programas de calidad ambiental turística	<p>Elabora un informe donde incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Matriz de responsabilidades (actividad, responsable, fecha de cumplimiento y grado de avance de actividades asignadas) - Monitoreo y registro de status de las actividades - Identificación de áreas de oportunidad y ventajas competitivas durante la operación que permita realizar ajustes estratégicos
Evaluar la efectividad de las estrategias a través del monitoreo del sistema de indicadores de sustentabilidad aplicados para la toma de decisiones e implementación de acciones de mejora continua en los proyectos turísticos	<p>Presenta un informe que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de cumplimiento de las acciones implementadas - Análisis de las metas programadas contra las alcanzadas - Propuesta de acciones de mejora

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		 Evaluación de Competencias Profesionales
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

INTEGRADORA IV

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Ayllon Torres Teresa, J. Chávez	(2001)	<i>México: Sus Recursos Naturales y su Población</i>	D.F.	México	Limusa, Noriega
Yahir G. García López	(2007)	<i>Geografía Económica de México</i>	D.F.	México	Grupo Editorial Patria
Bassols Batalla, Ángel	(2002)	<i>Geografía socioeconómica de México</i>	D.F.	México	Trillas
Tamayo, Jorge L.	(2009)	<i>Geografía Moderna de México</i>	D.F.	México	Trillas
Martínez Cabrera, Martha	(2007)	<i>Geografía: aquí y ahora en México</i>	D.F.	México	Edere
Castañeda Ramos, G.	(1994)	<i>La economía mexicana: un enfoque analítico</i>	D.F.	México	Limusa
Bassols Batalla, Ángel	(1982)	<i>Geografía, subdesarrollo y regionalización</i>	D.F.	México	México, Nuestro tiempo
Andrade, Victoria	(2008)	<i>Geografía de México y del mundo</i>	D.F.	México	Trillas
González Casanova, P.	(1997)	<i>El Estado y los partidos políticos en México</i>	D.F.	México	Era
Laurell, Assa Cristina	(1995)	<i>La cuestión social mexicana y el viraje de la política social</i>	D.F.	México	UAM

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		 Educación en Competencias Profesionales Comisión de Universidades Técnicas
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Instituto Nacional de Ecología	(2007)	<i>Quince años de políticas ambientales en</i>	México	México	SEMARNAT
Hubert Carton Grammont, Héctor Tejera Gaona	(1996)	<i>La sociedad rural mexicana frente al nuevo Milenio: El acceso a los recursos naturales y el desarrollo sustentable</i>	D.F.	México	Plaza y Valdes
Enrique Leff	(2002)	<i>Saber ambiental: sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder</i>	D.F.	México	Siglo XXI
Hubert Carton Grammont, Héctor Tejera Gaona	(1996)	<i>La sociedad rural mexicana frente al nuevo Milenio: El acceso a los recursos naturales y el desarrollo sustentable</i>	D.F.	México	Plaza y Valdes
Enrique Leff	(2002)	<i>Saber ambiental: sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder</i>	D.F.	México	Siglo XXI
Domingo Gómez Orea	(2003)	<i>Evaluación de impacto ambiental</i>	Madrid	España	Mundi-Prensa
Blanca Estela Gutiérrez Barba, Norma I. Herrera Colmenero	(2002)	<i>La ingeniería ambiental en México</i>	México	México	Limusa

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Salvador Anta Fonseca, Arturo Arreola, Marco Antonio González y Jorge Acosta González	(2006)	<i>Ordenamiento territorial comunitario</i>	México	México	SEMARNAT
Fernando Rosete Verges	(2006)	<i>Semblanza histórica del ordenamiento ecológico territorial en México</i>	México	México	INE- SEMARNAT
Blanca Elena Jiménez	(2002)	<i>La contaminación ambiental en México</i>	México	México	Limusa
SEMARNAT	(2008)	http://www.semarnat.gob.mx/tfocalizada/impacto/Paginas/impactoambiental.aspx	México	México	SEMARNAT
SEMARNAT	(2006)	<i>Manual del proceso de ordenamiento ecológico</i>	México	México	SEMARNAT
José Luis Palacio Prieto et al	(2004)	<i>Indicadores para la caracterización y ordenamiento del territorio</i>	México	México	INE
SEMARNAT	(2007)	<i>Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente</i>	México	México	SEMARNAT
Allan R. Rhodes y Ana V. Wo Ching	(2004)	<i>Manejo y Conducción de Grupos de Ecoturistas.</i>		Costa Rica	

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Serie Turismo Alternativo Fascículo 1	(2004)	<i>Turismo Alternativo: Una nueva forma de hacer turismo</i>	México, D.F.	México	SECTUR
Serie Turismo Alternativo, Fascículo 3	(2004)	<i>Guía de equipo recomendado para la operación de actividades del turismo de aventura y ecoturismo</i>	México, D.F.	México	SECTUR
Serie Turismo Alternativo, Fascículo 4	(2004)	<i>Guía de señalética para áreas en donde se práctica actividades de Turismo Alternativo</i>	México, D.F.	México	SECTUR
Serie Turismo Alternativo, Fascículo 5	(2004)	<i>Guía para el diseño y operación de senderos interpretativos.</i>	México, D.F.	México	SECTUR
Serie Turismo Alternativo, Fascículo 6	(2004)	<i>Guía para el diseño y operación de rutas y circuitos de ciclismo de montaña</i>	México, D.F.	México	SECTUR
Serie Turismo Alternativo, Fascículo 7	(2004)	<i>Diseño y operación de rutas de caminata</i>	México, D.F.	México	SECTUR
Serie Turismo Alternativo, Fascículo 8	(2004)	<i>Manual de conceptos básicos del alojamiento ecoturístico</i>	México, D.F.	México	SECTUR
Serie Turismo Alternativo, Fascículo 9	(2004)	<i>Guía para el diseño de servicios turísticos básicos en sitios naturales</i>	México, D.F.	México	SECTUR

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Ceballos Lascuráin Héctor	(1998)	<i>Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo</i>	México, D.F.	México	Editorial Diana
Zamorano Casal Francisco	(2002)	<i>Turismo Alternativo: Servicios turísticos diferenciados, animación, turismo de aventuras, turismo cultural</i>	México, D.F.	México	Editorial Trillas
Roberto Boullón	(2003)	<i>Ecoturismo: Sistemas Naturales Y Urbanos</i>	México, D.F.	México	Editorial: Ediciones Turísticas. 3ra. Edición
Ayllón/Chavez	(1999)	<i>Geografía Económica</i>	México DF	México	Limusa
Erasmo Trejo, Julio Sánchez, Enrique Zapata	(2001)	<i>Geografía General</i>	México DF	México	trillas
Ángel Bassols	(2000)	<i>Geografía Económica de México</i>	México DF	México	Trillas
Fabio Cardénas Tabares	(2004)	<i>Producto Turístico</i>	México DF	México	Trillas
Sergio Ponterio	(2003)	<i>Metodología en el Turismo</i>	México DF	México	Trillas
Jorge Dahdá	(2003)	<i>Elementos de Turismo</i>	México DF	México	Trillas
Edgar Alfonso Hernández	(2001)	<i>Proyectos Turísticos</i>	México DF	México	Trillas
Enrique Flores Cano	(1997)	<i>El Patrimonio Nacional de México I y II</i>	México DF	México	Fondo de Cultura Económica

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		Educación en Competencias Profesionales Universidad de Tijuana CUT
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Fabio Cárdenas	(2006)	<i>Proyectos Turísticos</i>	México DF	México	Trillas
Hughes, McKee, Singler	(2000)	<i>Administración de ventas un enfoque de orientación profesional</i>			Thomson Learnig
Ferrell. Geoffieg Hirt	(2003)	<i>Introducción a los negocios en el mundo cambiante</i>	México, D.F.	México	Mc Graw Hill
Philip Kotler. Jonh Bowen.James Makenks	(1997)	<i>Mercadotecnia para hotelería y turismo</i>			Prentice Hall
Klotler.armstrons	(2001)	<i>Marketing</i>	México, D.F.	México	Prentice Hall
Dennis L. Wilcox	(2001)	<i>Relaciones públicas. Estrategias y tácticas</i>	Madrid	España	Pearson educación, S.A.
Raymond Simon	(2004)	<i>Relaciones públicas. Teoría y práctica</i>	México, D.F.	México	Editorial Limusa
Ríos Szalay, Jorge	(1990)	<i>Relaciones publicas: Su administración en las organizaciones</i>	México, D.F.	México	Trillas
Ricardo Fernández Valiñas	(2001)	<i>Manual para elaborar un plan de mercadotecnia un enfoque latinoamericano</i>			ECAFSA
Michael R. Salomon	(2008)	<i>Comportamiento del consumidor</i>	México, D.F.	México	Pearson educación
Schiffman. Kanuk.Lazar	(2005)	<i>Comportamiento del consumidor</i>	México, D.F.	México	Pearson educación

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Rolando Arellano cueva	(2002)	<i>Comportamiento del consumidor: enfoque América Latina</i>	México, D.F.	México	Mc Graw Hill
Ferrell, O.C.; y Hartline, M.D.	(2006)	<i>Estrategia de Marketing</i>	México	Mexico	Thomson
Stanton, W., Etzel, M. y B. Walker	(2005)	<i>Fundamentos de marketing decimocuarta edición</i>	México	México	Mc Graw Hill
Kotler, Philip y Gary Armstrong	(2008)	<i>Fundamentos de marketing. octava edición</i>	México	México.	Pearson Educación
Kotler, Philip	(2008)	<i>Mercadotecnia para Hotelería y Turismo</i>	México	México	Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
Mercado, Salvador	(2000)	<i>Mercadotecnia estratégica, estrategias para lograr una mayor rentabilidad en la empresa</i>	México	México	Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
Cárdenas, Tabares Fabio	(2007)	<i>Mercadotecnia y Productividad Turística</i>	Mexico	México	Trillas
Kotler, philip	(2009)	<i>Marketing Management</i>	Londres	Inglaterra	Prentice Hall
Serra Antonio	(2000)	<i>Marketing Turístico</i>	Madrid	España	

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	