

**GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE OAXACA  
INSTITUTO ESTATAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA DE OAXACA  
COORDINACIÓN GENERAL DE PLANEACIÓN EDUCATIVA  
COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

NOMBRE DE LA ASIGNATURA EL TURISMO Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN
--

CICLO	CLAVE DE LA ASIGNATURA	TOTAL DE HORAS
PRIMER SEMESTRE	MT-01	72

<b>OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA</b> El estudiante comprenderá los conceptos relacionados con las nuevas tecnologías de información para el área del turismo como una herramienta mercadológica.
--

<b>TEMAS Y SUBTEMAS</b>  1. EL TURISMO EN EL SIGLO XXI. 1.1. El turismo en el mundo. 1.2. Los cambios demográficos y las nuevas tendencias del mercado. 1.3. La industria de viajes y turismo. 1.4. La gestión de las relaciones con el cliente. 2. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL TURISMO. 2.1. Los intermediarios del sector de viajes y el negocio electrónico. 2.2. Nuevas tecnologías y las MIPYMES turísticas. 3. MARKETING 2.0 EN EL NEGOCIO TURÍSTICO. 3.1. El marketing turístico y el internet. 3.2. Productos y destinos turísticos en redes sociales. 3.3. Los blogs y microblogs para promover destinos. 3.4. Podcast y video on line que transmiten experiencias e información turística. 4. EL INTERNET Y SUS APLICACIONES. 4.1. Oferta digitalizable de una empresa. 4.2. Adherencia de las redes sociales a nuestro internet de marketing. 4.3. Comercio electrónico "e-commerce". 4.4. Uso del internet para reducir costos de comunicación. 5. LAS PÁGINAS WEB. 5.1. Diseño de páginas web. 5.2. Sitios web orientados a los consumidores turísticos. 5.3. Módulos e-commerce en un sitio web. 5.4. Acceso a redes sociales.
---



COORDINACIÓN  
GENERAL DE EDUCACIÓN  
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR

**ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

Exposición del profesor, participación en clase, análisis de lecturas, seminarios.

**CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN**

Entrega de un proyecto individual 50% (sobre empresa turística). Realización de un proyecto integrador en equipo 30% (destino turístico). Presentación ante el grupo e invitados 20%. La suma de todos los criterios y procedimientos de evaluación y acreditación deben de integrar el 100% de la calificación.

**BIBLIOGRAFÍA****LIBROS**

1. Parra López Eduardo, Calero García Francisco, Gestión y Dirección de Empresas Turísticas. Editorial MC Graw-Hill/ Interamericana de España S.A.U. 2006.
2. Bigné Enrique, Font Xavier, Andreu Luisa, Marketing de Destinos Turísticos, Análisis y Estrategias de Desarrollo. Editorial ESIC, Madrid 2000.
3. Acerenza Miguel Ángel, Marketing de destinos turísticos. Editorial Trillas, Serie Trillas Turismo. México.2004.
4. Rey Manuel, Revilla-Gil-López, Fundamentos de Marketing Turístico. Editorial Síntesis. España 2005.
5. Cárdenas, Tabares Favio. Comercialización del Turismo, Determinación y Análisis del Mercado. 3a. Edición. Ed. Trillas. México, 1991.
6. Sánchez Rivero Marcelino, Pulido Fernández Juan I, Medida de la sostenibilidad turística. Editorial Universitaria Ramón Areces. FITUR 2008.
7. Feijoó, Bollini, Fernández, Irigaray, La Gestión aplicada a hotelería y turismo. Urgerman Editor, Argentina 2008.

**PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE**

Maestría o Doctorado en Administración de Empresas, con especialidad en Mercadotecnia y Turismo.



COORDINACIÓN  
GENERAL DE EDUCACIÓN  
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR