

Licenciatura: TURISMO	Materia: ACCION PROMOCIONAL	Clave: PE-LTU604
Modalidad: EJECUTIVA	Cuatrimestr: 6°	Horas: 4

OBJETIVO:	Transmitir los conocimientos necesarios para la comprensión y aplicación de estrategias mercadológicas en materia de promoción; desde una perspectiva integral del proceso.
-----------	---

S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
I	UNIDAD 1 1.1 Concepto de promoción	1.2 Publicidad	1.3 Tipos de publicidad	1.4 Medios publicitarios	
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	1.5 Públicos receptores	1.6 Promoción	1.7 Identidad de marca	1.8 Logotipo	
S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
2	1.9 Gama cromática	1.10 Canales de distribución	1.11 El punto de venta	UNIDAD 2 2.1 Conceptos básicos de publicidad	
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	2.2 El mensaje publicitario	2.3 Elementos del mensaje	2.4 Metodología para la elaboración del mensaje publicitario	2.5 Publicidad exterior	
S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
3	2.6 Publicidad en el punto de venta	2.7 El proceso de comunicación a través de internet	2.8 Características de internet como medio publicitario	2.9 Formatos publicitarios en internet	
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	2.10 Características de la publicidad en internet	2.11 Influencia de la publicidad en el comportamientos del consumidor	UNIDAD 3 3.1. La promoción	3.2. Tipos de promociones	
S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
4	3.3 Promociones a distribuidores	3.4 Promociones especiales	3.5 Ambientación del punto de venta	3.6 Técnicas de animación	

EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	3.7 Merchandising	3.8 Fases de la promoción de ventas	3.9 Implantación del establecimiento	3.10 Disposición del establecimiento	
S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
5	3.11 Servicio al cliente	3.12 Marketing directo	3.13 Seguimiento del cliente	3.14 El espacio comercial	
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	3.15 Acciones de promoción online	UNIDAD 4 4.1. Efectos y criterios de control de las acciones promocionales	4.2 Limitaciones de la promoción	4.3 Efectos de la promoción de ventas	
S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
6	4.4 Efectos positivos de la promoción de ventas	4.5 Efectos negativos de la promoción de ventas	4.6 Efectos de la promoción sobre el valor de la marca	4.7 Las ventas y su previsión	
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	4.8 Criterios sobre previsión de ventas	4.9 Estructura de la red de ventas	4.10 Organización de la estructura de ventas	4.11 El marketing de ventas	
7	CLASE 1	CLASE 2			PLATAFORMA EDUCATIVA
	EXAMEN DE MODULO				EXAMEN FINAL EN PLATAFORMA OPCIONAL. OBLIGATORIO PARA LOS ALUMNOS EN MODALIDAD VIRTUAL

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron)
	2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla).
	3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas.
	4.-Propiciar Actividades de Interés dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones.
	5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teóricamente.

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluación. 3. Improvisaciones.
----------------------------	--

SUGERENCIA BIBLIOGRAFICA

No	TIPO	TITULO	AUTOR	EDITORIAL
1	Libro	Promociones en espacios comerciales	Castro Pérez, B. & Castro Pérez, B.	IC Editorial.
2	Libro	La publicidad	F. Erickson, B.	Firmas Press.
3	Libro	Promociones en el punto de venta	Muñiz Ferrer, M.	ra Larousse - Ediciones Pi

SUGERENCIAS DE VIDEOS ACADEMICOS

No	TIPO	TITULO	LINK	AUTOR
1	Video	El problema no es el vendedores, sino el método de venta	https://youtu.be/i0a6BAAXfmA	TEDX
2	Video	El Noble Arte de la Persuasión que Influencia a las Personas	https://www.youtube.com/watch?v=pFLpr4giHBM	TEDX
3	Video	El cliente ha cambiado ¿Preparados para la venta digital?	https://www.youtube.com/watch?v=pW5k-b_H_dY	TEDX

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.

Actividades en Plataforma Educativa	50%
1er Actividad	25%
2da Actividad	25%
Examen	50%
Total	100%
Escala de calificación	7- 10
Minima aprobatoria	7

NOTA: En la planeación los exámenes aparecen siempre en día lunes, pero dependerá de la programación de la subdirección académica, y en esa semana se podrán hacer los cambios necesarios.