



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE: Turismo

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

MARKETING TURISTICO

NIVEL

QUINTO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la asignatura MARKETING TURISTICO Carrera Turismo		
Código UTA-FCHE-T-MP-UP-05-03	PRERREQUISITOS	
Modalidad PRESENCIAL	Asignatura	Código
Unidad organizacional curricular PROFESIONAL		
Créditos/Horas 3 Nivel QUINTO	CORREQUISITOS	
	Asignatura	Código
CARGA HORARIA		
Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana 3	Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico 48	Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo 96
Horas de tutoría académica semanales 1	Horas de tutoría presenciales por ciclo académico 16	Horas de tutorías virtuales por ciclo académico 0

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	3
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	48
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	96
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	144

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito El sílabo de Marketing Turístico tiene como finalidad utilizar información referente a las estrategias de promoción que permitan el posicionamiento de la amplia gama de servicios que ofertan en la industria turística. Tributa al perfil de egreso porque los resultados o logros de aprendizaje relacionados con el dominio de teorías, sistemas conceptuales, métodos y lenguajes de integración del conocimiento, la profesión y la investigación desarrollará el futuro profesional elaborando productos turísticos que puedan ser comercializados con base en la estadística de la demanda. De la misma manera, hace referencia al perfil profesional con respecto al asesoramiento en temas de promoción y difusión, así como organizar eventos y convenciones donde se muestre la riqueza y diversidad cultural y turística del Ecuador.

Descripción de la asignatura Esta asignatura se fundamenta en cuatro unidades: - Fundamentar el marketing turístico como herramienta para el posicionamiento de la industria turística. - Examinar aspectos relevantes del marketing mix para turismo. - Utilizar las tendencias tecnológicas aplicadas al marketing turístico. - Analizar el plan de marketing turístico y sus estrategias de posicionamiento. La metodología de enseñanza usada en el desarrollo de la asignatura será: Método expositivo, y Aprendizaje Basado en Problemas. La evaluación será procesual y sistémica, se aplicará de forma cualitativa y cuantitativa acorde con el Instructivo para el Sistema de Evaluación Estudiantil de grado, de la Universidad Técnica de Ambato. Estudiando estas unidades curriculares el estudiante utiliza información referente a las estrategias de promoción que permitan el posicionamiento de la amplia gama de servicios que ofertan en la industria turística.

Objetivo general de la asignatura Utilizar información referente a las estrategias de promoción que permitan el posicionamiento de la amplia gama de servicios que se ofertan en la industria turística.

Objetivos específicos de la asignatura

- 1.-Fundamentar el marketing turístico como herramienta para el posicionamiento de la industria turística.
- 2.-Examinar aspectos relevantes del marketing mix para turismo
- 3.-Utilizar las tendencias tecnológicas aplicadas al marketing turístico.
- 4.-Analizar el Plan de Marketing Turístico y sus estrategias de posicionamiento.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Fundamentar el marketing turístico como herramienta para el posicionamiento de la industria turística.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
1.1.- Fundamentos del marketing turístico	12	8	16	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad Mapas Conceptuales
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Fundamenta el marketing turístico como herramienta para el posicionamiento de la industria turística.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Método expositivo

Estrategias educativas : Otros, Elaboración de mapas conceptuales, Foros, Resolución de problemas, Talleres, Trabajos y exposiciones: Análisis y síntesis de películas y videos relacionados al tema

Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma educativa moodle, biblioteca virtual y módulo de contenidos asignatura

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Examinar aspectos relevantes del marketing mix para turismo			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
2.1.- El marketing mix para turismo	12	8	16	Inteligencia Artificial Evaluaciones Parciales Mapas Conceptuales
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Examina aspectos relevantes del marketing mix para turismo
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Método expositivo
Estrategias educativas : Otros, Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Resolución de problemas, Talleres: Análisis y síntesis de películas y videos relacionados al tema
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma educativa moodle, biblioteca virtual y módulo de contenidos asignatura
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Utilizar las tendencias tecnológicas aplicadas al marketing turístico.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
3.1.- Tendencias tecnologicas aplicadas al marketing turistico	12	8	16	Inteligencia Artificial Pruebas escritas de la unidad Mapas Conceptuales Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Utiliza las tendencias tecnológicas aplicadas al marketing turístico
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Método expositivo
Estrategias educativas : Otros, Talleres, Trabajos y exposiciones: Análisis y síntesis de películas y videos relacionados al tema
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet: Plataforma educativa moodle, biblioteca virtual y módulo de contenidos asignatura
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Analizar el Plan de Marketing Turístico y sus estrategias de posicionamiento.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
4.1.- Plan de marketing turístico	12	8	16	Inteligencia Artificial Evaluaciones Parciales Cuestionarios Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Analiza el Plan de Marketing Turístico y sus estrategias de posicionamiento.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Método expositivo

Estrategias educativas : Otros, Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Resolución de problemas, Trabajos y exposiciones: Análisis y síntesis de películas y videos relacionados al tema

Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma educativa moodle, biblioteca virtual y módulo de contenidos asignatura

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

Real: Se considera real porque son los lugares donde se puede aplicar los conocimientos y desarrollar habilidades mediante la práctica. Se ejecutará en visitas de campo, eventos programados con la participación de los estudiantes de cuarto semestre, mismas que se encuentran detalladas de la siguiente manera: en el primer parcial se realizará la Práctica de campo en escenarios reales aledaños a la zona central ecuatoriana (1 día). Asimismo, en el segundo parcial la gira académica se efectuará a destinos turísticos regionales del territorio ecuatoriano (5 días). Virtual: Mediante el uso de la plataforma educativa DEaDV (Moodle) y biblioteca virtual disponible en la página web de la institución. Áulico: El proceso de aprendizaje se lo realiza en las aulas de clase de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, asignadas a la carrera de Turismo, donde se cuenta con servicio de Internet wifi, proyector de multimedia, pizarra digital y física, entre otras facilidades.

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Fundamentar el marketing turístico como herramienta para el posicionamiento de la industria turística.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación de unidad con reactivos
2.- Examinar aspectos relevantes del marketing mix para turismo	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación del parcial con reactivos
3.- Utilizar las tendencias tecnológicas aplicadas al marketing turístico.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación de unidad con reactivos
4.- Analizar el Plan de Marketing Turístico y sus estrategias de posicionamiento.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación del parcial con reactivos

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Ponce, Claudio	2025	La estrategia del pentágono: marketing turístico: un método para transformar pueblos y ciudades en destinos únicos, sostenibles y memorables	1	Bubok Publishing S.L.	España Madrid	1	277	Digital
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: El libro presenta un método claro para transformar pueblos y ciudades en destinos turísticos únicos y sostenibles. Destaca por integrar identidad territorial, planificación estratégica y participación local, superando el marketing tradicional centrado sol								
URL: https://0x102q07q-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/287968?page=6								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Shum Xie, Yi Min	2019	Marketing Digital	2	Ediciones de la U	Colombia Bogota	1	368	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Libro actualizado y que aborda los temas de interes que han revolucionado el marketing en estos años.								
URL: https://0x102q07q-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/127095								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Cabarcos Novas, Noelia	2011	Administración de servicios turísticos:	1	Ediciones de la U	Colombia Bogotá	1	285	Físico
Código/Ubicación base de datos: BCAA05752								
Comentario: (Libro Clásico) El presente libro contiene la estructura del mercado turístico con cada uno de sus elementos analizados, permitiendo una buena comprensión de la temática.								
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Kotler; Philip	2015	Marketing Turístico	6a edición	Pearson Educación	Madrid	4	682 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos: 11099								

Comentario:	Libro contemporaneo que abarca toda la tematica del marketing turistico desde sus inicios.
URL:	

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	País/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Schnarch Kirberg, Alejandro	2019	Marketing para emprender	1	Ediciones de la U	Colombia Bogota	1	216	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Libro que permite analizar el marketing desde la perspectiva de un emprendedor.							
URL:	https://0x102q07q-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/127104							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	País/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Ocaña, Inmaculada	2012	Gestión de productos turísticos	1	Síntesis	España Madrid	2	214	Físico
Código/Ubicación base de datos:	10974f							
Comentario:	(Libro Clásico) El libro está orientado a la gestión de viajes combinados y de los eventos en las agencias de viajes que dará un acercamiento al estudiante con los mercados turísticos							
URL:								

