

Fundamentos de la promoción turística

Unidad 1. Fundamentos del turismo

1. Marco legal y normativo
2. Contribución de la industria turística
3. Conceptos clave
 - 3.1. Concepto de turismo
 - 3.2. Cuantificación del turismo
 - 3.3. Viajeros
 - 3.4. Modalidades del turismo y tipos de turismo
 - 3.5. Recurso, producto y destino turístico
 - 3.6. Mercado turístico
 - 3.7. Servicio vs. atención
 - 3.8. Motivación y experiencia (propósitos y hábitos de viaje)
 - 3.9. Demanda turística
 - 3.10. Destinos competidores
4. Normas Oficiales Mexicanas, estándares, sellos y distintivos

Unidad 2. Cultura y gastronomía

1. La cultura como elemento fundamental de la experiencia turística
 - 1.1. Cultura
 - 1.2. Patrimonio cultural
 - 1.3. Turismo cultural
 - 1.4. Corrientes turísticas vinculadas a la cultura
 - 1.5. Motivaciones de los turistas relacionados con la cultura
2. La gastronomía como parte de la cultura mexicana
 - 2.1. La cocina tradicional
 - 2.2. La cocina prehispánica: el maíz como base cultural
 - 2.3. Otros ingredientes básicos de la gastronomía mexicana (chile, frijol, chocolate, aguacate, calabaza, jitomate, miscelánea de sabores)
 - 2.4. La cocina mexicana como patrimonio de la humanidad
 - 2.5. La nueva cocina mexicana
 - 2.6. Denominaciones de origen
 - 2.7. Tequila, mezcal, vino y cerveza artesanal

Unidad 3. Instituciones, organismos y programas en materia turística

1. Instituciones y programas de apoyo al turismo
 - 1.1. La Organización Mundial del Turismo
 - 1.2. La Secretaría de Turismo (SECTUR)
 - 1.3. Dirección General de Servicios al Turista Ángeles Verdes
 - 1.4. Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)

- 1.5. Estrategia de Promoción y Digitalización Turística
- 1.6. La nueva plataforma digital VisitMexico
- 1.7. Programa México Renace Sostenible
- 1.8. Organismos vinculados con el turismo
- 1.9. Otras (IATA, ...)
- 1.10. Pueblos Mágicos
2. Instituciones y programas de apoyo a la cultura
 - 2.1. Secretaría de Cultura
 - 2.2. Sistema de Información Cultural (SIC) de la Secretaría de Cultura
 - 2.3. Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)
 - 2.4. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)
 - 2.5. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART)
 - 2.6. Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)
 - 2.7. Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL)
3. Otras instituciones y programas de interés
 - 3.1. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)
 - 3.2. Programa Cuéntame de México
 - 3.3. Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)
 - 3.4. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO)
 - 3.5. La Lista del Patrimonio Mundial

Unidad 4. Herramientas tecnológicas

1. Guía turística y cultural
2. Atlas Turístico de México
3. VisitMéxico
4. DataTur
5. CEDOC

Unidad 5. El papel de las Representaciones de México en el Exterior en la promoción turística

1. Panorama mundial, perspectivas, factores de crecimiento y riesgos
 - 1.1. Perspectiva de largo plazo
 - 1.2. Actividad turística durante 2019
 - 1.3. Impacto de la pandemia de la COVID 19
 - 1.4. Posibles escenarios para el turismo
 - 1.5. Factores que inciden en el crecimiento del turismo
 - 1.6. Ejes de acción de la SECTUR para la contención de la crisis generada por el Covid-19
 - 1.7. Estrategia integral de contención y recuperación
 - 1.8. Recursos útiles

2. Funciones de las RME en la promoción turística
3. Casos particulares de promoción
4. Clasificación de mercados y fichas de promoción