

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TURISMO

HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS

1. Nombre de la asignatura	Integradora I
2. Competencias	Administrar la operación de las organizaciones turísticas a través de herramientas y técnicas especializadas, verificando el cumplimiento de los estándares establecidos para contribuir a la diversificación de la oferta turística y el desarrollo del sector.
3. Cuatrimestre	Tercero
4. Horas Prácticas	22
5. Horas Teóricas	8
6. Horas Totales	30
7. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	2
8. Objetivo de la Asignatura	El alumno integrará un proyecto turístico aplicando herramientas y técnicas especializadas, verificando el cumplimiento de los estándares establecidos para contribuir a la diversificación de la oferta turística y el desarrollo del sector.

Unidades Temáticas	Horas		
	Prácticas	Teóricas	Totales
I. Desarrollo de productos turísticos	13	5	18
II. Estructura de negocio	9	3	12
Totales	22	8	30

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

INTEGRADORA I

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	I. Desarrollo de productos turísticos
2. Horas Prácticas	13
3. Horas Teóricas	5
4. Horas Totales	18
5. Objetivo	El alumno integrará un producto turístico considerando las características del mercado para contribuir a la diversificación de la oferta turística de la región.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Inventario de atractivos y servicios	<p>Reconocer los elementos de las fichas técnicas de inventario de atractivos culturales y naturales de acuerdo a la normatividad mexicana vigente</p> <p>Reconocer las características de un inventario o catálogo de servicios</p>	<p>Integrar un inventario de atractivos naturales y culturales</p> <p>Integrar un catálogo de servicios de la región</p>	<p>Responsabilidad</p> <p>Pulcritud</p> <p>Ética</p> <p>Respeto</p> <p>Creatividad</p> <p>Capacidad analítica</p> <p>Propositivo</p> <p>Comunicación efectiva</p> <p>Trabajo en equipo</p>
Diseño de productos turísticos	<p>Reconocer el objetivo y la estructura del estudio de mercado</p> <p>Reconocer el proceso de análisis de datos de un estudio de mercado</p> <p>Reconocer los elementos del producto turístico</p>	<p>Interpretar el estudio de mercado</p> <p>Diseñar productos turísticos</p>	<p>Responsabilidad</p> <p>Creatividad</p> <p>Capacidad analítica</p> <p>Propositivo</p> <p>Comunicación efectiva</p> <p>Asertivo</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Trabajo en equipo</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Estrategias de comercialización	<p>Reconocer las herramientas de promoción:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Promoción de Ventas -Publicidad -Relaciones Públicas -Ventas Personales <p>Reconocer los tipos de negociación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Negociaciones Competitivas. -Negociaciones Colaborativas 	Integrar un plan de acción de estrategias de comercialización	<p>Responsabilidad</p> <p>Creatividad</p> <p>Capacidad analítica</p> <p>Propositivo</p> <p>Comunicación efectiva</p> <p>Asertivo</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Trabajo en equipo</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

INTEGRADORA I

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"> - Inventario de atractivos turísticos, que contenga: descripción, tipo, subtipo, categoría, jerarquía, ubicación, acceso, capacidad de carga - Catálogo de servicios turísticos que contenga, descripción, tipo, subtipo, categoría, ubicación, acceso. - Análisis del mercado - Identificación de oportunidades de negocio - Diseño del producto turístico - Estrategias de comercialización 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer las características y elementos de las fichas técnicas de inventarios 2. Comprender el objetivo, estructura y proceso del estudio de mercado 3. Reconocer los elementos del producto turístico 4. Reconocer las herramientas de promoción 5. Identificar las estrategias de comercialización 	<p>Proyecto Lista de cotejo</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

INTEGRADORA I

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Tareas de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Equipo de cómputo Equipo de proyección Internet Impresos de casos

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

INTEGRADORA I

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	II. Estructura de negocio
2. Horas Prácticas	9
3. Horas Teóricas	3
4. Horas Totales	12
5. Objetivo	El alumno diseñará la estructura de un establecimiento turístico considerando su filosofía y la planeación de actividades para contribuir al desarrollo del sector turismo

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Filosofía y estructura organizacional	Reconocer los elementos para el diseño de la cultura organizacional: - Filosofía organizacional - Organigrama (líneas de autoridad) - Funciones de cada puesto - Coordinar las actividades individuales y de grupo.	Diseñar la cultura organizacional Integrar la asignación de recursos y responsabilidades	Responsabilidad Organizado Objetividad Capacidad analítica Trabajo en equipo

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Planeación de actividades	<p>Reconocer los elementos de la planeación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pronósticos - programas - planes - presupuestos -objetivos <p>Reconocer la clasificación y características de costos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fijos - Variables <p>Reconocer el concepto y fórmula del punto de equilibrio.</p>	<p>Integrar la programación de actividades de establecimientos turísticos</p> <p>Calcular el punto de equilibrio</p>	<p>Responsabilidad</p> <p>Organizado</p> <p>Objetividad</p> <p>Capacidad analítica</p> <p>Trabajo en equipo</p>
Evaluación del servicio	<p>Reconocer las técnicas de evaluación del servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrevista -Observación -Cuestionario -Encuesta -Tormenta de ideas -Diagrama de Ishikawa -Lista de verificación -Evaluación del desempeño de las áreas de la empresa <p>Reconocer las técnicas de evaluación de la satisfacción del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrevista -Observación -Cuestionario -Encuesta de satisfacción -Boleta de calificaciones 	<p>Seleccionar técnicas y herramientas de evaluación acordes al tipo de servicio</p> <p>Evaluar el servicio con la técnica seleccionada</p> <p>Determinar el índice de satisfacción aplicando el instrumento de evaluación seleccionado</p>	<p>Responsabilidad</p> <p>Organizado</p> <p>Objetividad</p> <p>Capacidad analítica</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Congruente</p> <p>Propositivo</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

INTEGRADORA I

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Integrará la estructura de negocio del producto turístico propuesto, que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Filosofía organizacional - Organigrama - Funciones de cada puesto - Planeación de la operación de la empresa, considerando programación de actividades - Requisiciones de los recursos necesarios para su operación. - Costos fijos. - Costos variables. - Cálculo de punto de equilibrio - Instrumentos e indicadores para la medición y supervisión del servicio - Estrategias para el seguimiento de la satisfacción del turista 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender la estructura organizacional y funciones de establecimientos turísticos 2. Identificar los elementos de la planeación 3. Reconocer las actividades que integran la etapa de organización 4. Reconocer las técnicas de evaluación del servicio 5. Reconocer las técnicas de evaluación de la satisfacción del cliente 	<p>Proyecto Rúbrica</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

INTEGRADORA I

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Tareas de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Equipo de cómputo Equipo de proyección Internet Impresos de casos

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

INTEGRADORA I

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

Capacidad	Criterios de Desempeño
Inventariar atractivos y servicios turísticos considerando los recursos turísticos existentes y la metodología de la investigación, para la diversificación de la oferta turística	Realiza un Inventario de atractivos turísticos, que contenga: descripción, tipo, subtipo, categoría, jerarquía, ubicación, acceso, capacidad de carga Elabora un catálogo de servicios turísticos que contenga, descripción, tipo, subtipo, categoría, ubicación, acceso.
Determinar la oferta y demanda de servicios turísticos mediante un análisis del mercado, para identificar y/o mejorar oportunidades de negocio de la región.	Elabora un informe del estado que guarda la oferta y demanda de la región que incluya: -Infraestructura turística . Restaurantes y bares . Agencias de viajes y transportación . Centros recreativos . Oficinas de convenciones y visitantes . Hotelería -Empleos generados por el sector -Índices de ocupación -Estancia y gasto promedio -Perfil del turista -Porcentaje de los servicios turísticos más demandados Elabora proyecciones de oferta y demanda, y propone posibilidades reales de negocio.
Establecer estrategias de comercialización turística Considerando las metas y objetivos de las organizaciones, así como las técnicas de mercadotecnia para impulsar su crecimiento.	Elabora un plan de acción que contenga estrategias de: -Promoción -Ventas -Publicidad -Relaciones públicas

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Programar las actividades de las áreas prestadoras de servicios considerando los recursos humanos, materiales, la demanda y perfil del turista para cumplir con las metas de la organización.</p>	<p>Elabora un programa que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las actividades - Objetivos y metas - Asignación de recursos humanos, -Recursos materiales -Estimación de costos -Cronograma
<p>Gestionar los insumos de las áreas prestadoras de servicios considerando la programación de los recursos humanos, materiales, económicos y los estándares de calidad para garantizar la operación de la organización.</p>	<p>Elabora las requisiciones de personal, suministros y materias primas para la operación de:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Restaurantes y bares . Agencias de viajes y transportación. . Centros recreativos . Oficinas de centros y convenciones y visitantes . Hotelería
<p>Supervisar las actividades de las áreas prestadoras de servicios considerando el programa de actividades y procedimientos de supervisión establecidos para lograr las metas y asegurar la calidad del servicio.</p>	<p>Elabora un reporte final de las actividades diarias que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Listas de verificación. -Incidencias -Resultados obtenidos -Propuesta de acciones correctivas y de mejora
<p>Evaluar la satisfacción del cliente mediante la aplicación de instrumentos de evaluación y su análisis para la toma de decisiones y propuesta de acciones de mejora.</p>	<p>Elabora un informe general que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Resultados de los instrumentos aplicados -Interpretación de los índices de satisfacción del cliente. -Propuesta de acciones de mejora.

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

INTEGRADORA I

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Sutherland, Douglas	(2010)	<i>Servicio de Restaurantería</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Torre, Francisco	(2009)	<i>Administración hotelera 2 alimentos y bebidas</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Reynoso Ron, Javier	(2009)	<i>Tratado de alimentos y bebidas 1</i>	Distrito Federal	México	Limusa S.A. de C.V
Ronald Kinton - Victor Ceserani - David Foskett	(2000)	<i>Teoría del catering</i>	MADRID	España	Acribia
Jesús Felipe Gallego	(2002)	<i>Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes</i>	Madrid	España	Paraninfo
Jesús Felipe Gallego	(2006)	<i>Manual práctico de cafetería y bar</i>	Madrid	España	Paraninfo
Reay Julia	(2009)	<i>Restaurantería básica.- administración del servicio de alimentos</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Shuterland, Douglas	(2000)	<i>Servicio de Restaurantería. Manejo eficiente de los elementos para el servicio profesional de comidas</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Morfín Herrera, María del Carmen	(2009)	<i>Administración de comedor y bar</i>	Distrito Federal	México	Trillas

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
De la Torre Padilla	(2009)	<i>El turismo como fenómeno turístico</i>	Distrito Federal	México	Fondo de cultura económica.
Ramírez Cavaza, Cesar	(2008)	<i>Visión Integral del Turismo</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Molina, Sergio	(2008)	<i>Conceptualización del Turismo</i>	Distrito Federal	México	Limusa
Gurria, Manuel	(2007)	<i>Introducción al Turismo</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Mc.Intosh, Goldner Charles	(2005)	<i>Turismo: Planeación, Administración y Operación</i>	Distrito Federal	México	Limusa
Cárdenas Tabares Fabio	(2006)	<i>Proyectos Turísticos</i>	Distrito Federal	México	Trillas
R. Evans, James	(2009)	<i>Administración y control de la calidad "Servicio al cliente"</i>	Distrito Federal	México	Cengage learning
Gutiérrez Pulido, Humberto	(2010) 3ra. Edición	<i>Calidad total y productividad</i>	Distrito Federal	México	McGraw-Hill
Hernández Castillo Claudia	(2009)	<i>Calidad en el Servicio</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Rocha Centeno	(2007)	<i>Metodología de la Investigación aplicada al Turismo</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Vignati Scarpati, Federico	(2009)	<i>Gestión de Destinos Turísticos</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Dahdá, Jorge	(2009) 2da. Edición	<i>Elementos del Turismo</i>	Distrito Federal	México	Trillas

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Torre, F.	(2009)	<i>Administración hotelera 1 División cuartos</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Torre, F.	(2007)	<i>Administración hotelera 1/ hospitality Management: División cuartos</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Báez Casillas, S.	(2009)	<i>Hotelería</i>	Distrito Federal	México	Patria
Barrientos Olivares, M.	(2007)	<i>Hoteles</i>	La Paz	Bolivia	La Hoguera
Publicaciones Vértice S.L.	(2008)	<i>Gestión de Hoteles</i>	Madrid	España	Vértice
Fischer, L. y Espejo, J.	(2008)	<i>Mercadotecnia</i>	Distrito Federal	México	Pearson Prentice Hall
Kotler, P.	(2006)	<i>Dirección de marketing</i>	Distrito Federal	México	Pearson
Kotler, P.	(2005)	<i>Fundamentos de Mercadotecnia</i>	Distrito Federal	México	Pearson Prentice Hall
Kotler, P.	(2005)	<i>Fundamentos de Mercadotecnia para Hotelería y Turismo</i>	Distrito Federal	México	Pearson Prentice Hall
Malhotra, N.	(2008)	<i>Investigación de mercados</i>	Distrito Federal	México	Pearson Prentice Hall
Martín G. Álvarez Torres	(2006)	<i>Manual de planeación estratégica</i>	Distrito Federal	México	Panorama
Estela Garcia Sánchez	(2007)	Planeación estratégica: teoría y practica	Distrito Federal	México	Trillas
Robbins, Stephen p.	(2010)	<i>Administración</i>	Distrito Federal	México	Prentice Hall/ Pearson

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Lourdes Munch Galindo	(2009)	<i>Planeación estratégica: el rumbo hacia el éxito.</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Enrique franklin	(2010)	<i>Organización de empresas</i>	Distrito Federal	México	Mc. Graw Hill
Rincón Corcoles, Antonio	(2008)	<i>Turismo Virtual</i>	Distrito Federal	México	Alfaomega Grupo EDR
De la Torre, Francisco		<i>Administración de Agencias de Viajes</i>	Distrito Federal	México	Cecsa
Laza Muñoz, P & Hernandis Bernal, Leticia	(2006)	<i>Gestión económico-administrativa en agencias de viajes</i>	Madrid	España	Thomson Paraninfo
Aceranza, M. A.	(2007)	<i>Agencias De Viajes. Organización Y Operación</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Kohen, P. A.	(2005)	<i>Tecnología y Gestión De Agencias De Viajes</i>	Distrito Federal	México	Trillas
De la Torre, F.		<i>Agencias de Viaje y transportación</i>	Distrito Federal	México	Trillas
González Cobrero, M. A.	(2002)	<i>Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes</i>	Madrid	España	Global Ediciones
<u>Ma. Dolores de Juan Vigaray</u>	(2005)	<i>Comercialización y Retailing: Distribución comercial aplicada</i>	Madrid	España	Pearson educación de México

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
<u>Michael a. Belch</u>	(2004)	<i>Publicidad y promoción: perspectivas de la comunicación de marketing integral</i>	Distrito Federal	México	Mcgraw-Hill interamericana
<u>Anastasio Ovejero Bernal</u>	(2004)	<i>Técnicas de negociación: como negociar eficaz y exitosamente</i>	Distrito Federal	México	Mcgraw-Hill interamericana
<u>Jeannette Martin</u>	(2007)	<i>Protocolo comercial: tácticas de negociación intercultural</i>	Madrid	España	Grupo Editorial Patria
<u>Cosimo Chiesa de Negri</u>	(2009)	<i>CRM las cinco pirámides del marketing relacional: cómo conseguir que los clientes lleguen para quedarse</i>	Madrid	España	Ediciones Deusto, S.A.
Sergio A. Brumen	(2009)	<i>Competitividad, Clusters e innovación</i>	Distrito Federal	México	Trillas
Miguel Ángel Acerenza	(2008)	<u>Promoción turística.</u> Un enfoque metodológico	Distrito Federal	México	Trillas
Fabio Cárdenas Tabares	(2009)	<u>Comercialización del Turismo.</u> Determinación y análisis de mercados	Distrito Federal	México	Trillas

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA
TSU EN TURISMO

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ:

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010