

**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 DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMPETITIVOS I
--

CICLO	CLAVE DE LA ASIGNATURA	TOTAL DE HORAS
TERCER SEMESTRE	MT-05	72

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA El alumno adquirirá las herramientas para identificar, planear, conformar y comercializar productos turísticos mediante la aplicación de una metodología fundamentada en la competitividad.
--

TEMAS Y SUBTEMAS 1. DEFINICIÓN DE COMPETITIVIDAD Y NATURALEZA DE LA MISMA. 1.1. Definición de competitividad. 1.2. Evolución del concepto de competitividad. 1.3. Factores determinantes de la competitividad de destinos turísticos. 1.4. Factores determinantes de la competitividad de empresas turísticas. 2. EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. 2.1. La fase de análisis estratégico. 2.2. La fase de formulación de la estrategia. 2.3. La fase de implementación de la estrategia. 2.4. La fase de seguimiento y evaluación de la estrategia. 3. CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMPETITIVOS. 3.1. Definición de producto turístico. 3.2. Tipos de productos turísticos. 3.3. Aspectos de un producto turístico. 3.4. Desarrollo de nuevos productos turísticos. 4. CREACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS. 4.1. Planificación estratégica creativa y participativa. 4.2. La innovación en el campo del turismo. 4.3. Innovación en productos y procesos. 4.4. Innovación en modelos y negocios.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Exposición del profesor.



COORDINACIÓN
GENERAL DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR

Estudios de casos.
Casos prácticos.
Redacción de ensayos.
Lectura y análisis de artículos.
Trabajo final.

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Actividades de clase 10%.
Trabajos prácticos 10%.
Perfil del proyecto de investigación de mercado 10%.
Entrega y presentación del trabajo final 50%.
Examen 20%.
La suma de todos los criterios y procedimientos de evaluación y acreditación deben de integrar el 100% de la calificación.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

1. Kotler, P (1997). Mercadotecnia para hotelería y turismo. Prentice Hall Hispanoamérica. México.
2. Porter, M. (1999). The competitive advantage of nations. New York: The Free Press.
3. Hamel, G. (1990). Liderando la revolución. Grupo Editorial Norma. México.

PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE

Maestro o Doctor en Administración de Empresas Turísticas, Gestión de la Calidad, Mercadotecnia, Estadística o especialidades a fines a la materia.



COORDINACIÓN
GENERAL DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR

I.E.E.P.O