

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

Programa Educativo: LICENCIATURA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO	Facilitador: LIC. DARIO EDUARDO ORTIZ QUIJANO
Cuatrimestre: 9 "M"	Periodo Escolar: MAYO-AGOSTO-2020

1. DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura:	Desarrollo de Proyectos para el Turismo I				
Competencia(s) que desarrolla:	Gestionar el desarrollo sustentable del sector turismo, a través del diseño e implementación de productos innovadores y administración de organizaciones turísticas, considerando las políticas públicas, el marco legal vigente, tecnologías de gestión y distribución del turismo, así como sistemas de calidad aplicables, para contribuir a la planificación colaborativa y competitividad de la industria turística.				
Horas prácticas:	50	Horas teóricas:	25	Horas totales:	75
Objetivo:	El alumno formulara la naturaleza del negocio y estudio de mercado de productos y servicios turísticos, a través de herramientas y técnicas especializadas, para determinar la factibilidad del plan de negocios.				
Nombre de las unidades temáticas:	1. Introducción al emprendimiento 2. Estudio de mercado.				

2. DATOS DE LAS UNIDADES TEMÁTICAS

Número y nombre de la unidad temática	Objetivo general por unidad temática	Temas de cada unidad temática
1. Introducción al emprendimiento	El alumno generará ideas de negocios innovadoras para contribuir a la diversificación de la oferta turística.	Fundamentos de emprendimiento Plan de negocios Naturaleza del negocio
2. Estudio de mercado.	El alumno desarrollará estudios de mercado para identificar las necesidades de los segmentos y las características de la competencia.	Introducción al estudio de mercado Análisis de la demanda Análisis de la oferta Comercialización y distribución Imagen corporativa

3. SECUENCIA DIDÁCTICA POR UNIDAD TEMÁTICA(UNA TABLA POR UNIDAD DE CURSO)

Unidad:	Introducción al emprendimiento	Duración (Horas)*:	20
Objetivo de unidad:	El alumno generará ideas de negocios innovadoras para contribuir a la diversificación de la oferta turística.		
Tipos de Saberes			
Saber	Saber Hacer	Ser	

Definir los conceptos de emprendimiento y emprendedor.

Explicar la importancia del emprendimiento en el desarrollo de proyectos en el sector turístico.

Describir los tipos de emprendedores y sus características:

- Persuasivo
- Visionario
- Especialista
- Intuitivo
- Inversionista
- empresario

Reconocer el proceso de generación de ideas innovadoras y sus técnicas.

Identificar las principales instancias públicas y privadas que ofrecen financiamiento para proyectos a través de convocatorias.

Explicar los conceptos, objetivos, uso e importancia de Plan de negocio, modelo de negocios y proyecto de inversión.

Identificar los tipos de proyectos y sus características:

- Según el grado de dificultad que entraña su consecución
- Según la procedencia del capital
- Según su orientación

Explicar el ciclo de vida de los proyectos:

- Inicio
- Planeación
- Ejecución
- Seguimiento y control
- Cierre

Identificar la estructura del plan de negocio:

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

- Resumen ejecutivo
- Naturaleza del proyecto
- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio organizacional
- Estudio financiero
- Evaluación financiera
- Plan de ejecución

<p>Explicar los elementos de la naturaleza del negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Idea creativa - Justificación de la idea - Análisis del entorno - Situación del sector - Nombre de la empresa - Calificaciones para entrar al sector (acreditaciones, certificaciones, distintivos) - Productos y servicios de la empresa - Apoyos y financiamientos - Ventaja Competitiva 	<p>Generar ideas de innovación en productos o servicios turísticos.</p> <p>Determinar la naturaleza del negocio</p>	<p>Responsable Organizado Trabajo en equipo Creativo Analítico Visionario Analítico Objetivo Responsable Organizado Analítico Responsable Organizado Objetivo Trabajo en equipo</p>
--	---	---

Resultado de la unidad de aprendizaje

Con base en el diseño de una experiencia o producto turístico, elabora una propuesta de emprendimiento o innovación que incluya:
Portada

Descripción de la localidad

Generación de ideas y justificación de la técnica utilizada

Tipo de proyecto

Definición de la idea de negocio

Naturaleza del negocio:

- Idea creativa
- Justificación de la idea
- Situación del sector
- Nombre de la empresa
- Ventaja Competitiva
- Calificaciones para entrar al sector (acreditaciones, certificaciones, distintivos)
- Productos y servicios de la empresa
- Apoyos y financiamientos

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

Secuencia didáctica

Actividades iniciales	Actividades de desarrollo	Actividades finales
<p>Evaluación diagnóstica. Cartel de:</p> <ol style="list-style-type: none"> Comprender los conceptos de emprendimiento y emprendedor y su importancia en el desarrollo de proyectos en el sector turístico. Identificar los tipos de emprendedores, sus características y las instancias públicas y privadas que ofrecen financiamiento para proyectos a través de convocatorias. Distinguir los tipos de proyectos, sus características y el ciclo de vida de los proyectos. Comprender la estructura del plan de negocio. Analizar los elementos de la naturaleza del negocio. <p>Definir los conceptos de emprendimiento y emprendedor.</p> <p>Explicar la importancia del emprendimiento en el desarrollo de proyectos en el sector turístico.</p> <p>Describir los tipos de emprendedores y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persuasivo - Visionario - Especialista - Intuitivo - Inversionista - empresario <p>Reconocer el proceso de generación de ideas innovadoras y sus técnicas.</p> <p>Identificar las principales instancias públicas y privadas que ofrecen financiamiento para proyectos a través de convocatorias.</p>	<p>Explicar los conceptos, objetivos, uso e importancia de Plan de negocio, modelo de negocios y proyecto de inversión. Identificar los tipos de proyectos y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Según el grado de dificultad que entraña su consecución - Según la procedencia del capital - Según su orientación <p>Explicar el ciclo de vida de los proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inicio - Planeación - Ejecución - Seguimiento y control - Cierre <p>Identificar la estructura del plan de negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resumen ejecutivo - Naturaleza del proyecto - Estudio de mercado - Estudio técnico - Estudio organizacional - Estudio financiero - Evaluación financiera - Plan de ejecución <p>Explicar los elementos de la naturaleza del negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Idea creativa - Justificación de la idea - Análisis del entorno - Situación del sector - Nombre de la empresa - Calificaciones para entrar al sector (acreditaciones, certificaciones, distintivos) - Productos y servicios de la empresa - Apoyos y financiamientos - Ventaja Competitiva 	<p>Con base en el diseño de una experiencia o producto turístico, elabora una propuesta de emprendimiento o innovación que incluya:</p> <p>Portada Descripción de la localidad Generación de ideas y justificación de la técnica utilizada Tipo de proyecto Definición de la idea de negocio</p> <p>Naturaleza del negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Idea creativa - Justificación de la idea - Situación del sector - Nombre de la empresa - Ventaja Competitiva - Calificaciones para entrar al sector (acreditaciones, certificaciones, distintivos) - Productos y servicios de la empresa - Apoyos y financiamientos

Medios y materiales
didácticos:

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

	Cañón proyector, Computadora, Pizarrón / Plumones , Internet, Impresos, Bibliografía, Material audiovisual
Estrategias de enseñanza:	Aprendizaje basado en problemas, Aprendizaje orientado a proyectos, Proyecto colaborativo, Organizadores previos, Ilustraciones
Técnicas de enseñanza:	Lluvia de ideas, Mesa redonda , Equipos, Trabajo en binas
Estrategias de aprendizaje:	Mapas conceptuales , Mapas mentales, Cuadros comparativos, Diagramas
Evidencias de aprendizaje:	causa-efecto
	Propuesta de Producto turístico comunitario 1

4. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE			
Tipo de Evaluación	Estrategia de Evaluación	Instrumento de Evaluación	
Evaluación Diagnóstica:	Collage	Tipo de Instrumento	
		Lista de Cotejo o verificación	
Evaluación Formativa:		Tipo de instrumento	Valor del instrumento (%)
	Informes	Lista de Cotejo o verificación	30 %
	Video (cortometraje)	Lista de Cotejo o verificación	40 %
	Portafolio de evidencias	Lista de Cotejo o verificación	30 %
			100 %
Evaluación Sumativa (Fecha de asignación de la calificación)	30/06/2020		

3. SECUENCIA DIDÁCTICA POR UNIDAD TEMÁTICA(UNA TABLA POR UNIDAD DE CURSO)

Unidad:	Estudio de mercado.	Duración (Horas)*:	55
Objetivo de unidad:	El alumno desarrollará estudios de mercado para identificar las necesidades de los segmentos y las características de la competencia.		
Tipos de Saberes			
Saber	Saber Hacer	Ser	

Definir el concepto e importancia del estudio de mercado.

Identificar la estructura del estudio de mercado:

- Naturaleza del negocio
- Análisis de la demanda:
 - Objetivos
 - Necesidades
 - Segmentación de mercado
 - Análisis estadístico de fuente secundarias
 - Diseño de instrumentos de recopilación de información
 - Análisis y tratamiento de la información
- Análisis de la oferta:
 - Análisis de precios
 - Análisis de la competencia
- Comercialización y Distribución:
 - Estrategias de mercadotecnia
 - Canales de distribución
- Imagen Corporativa

Explicar el proceso de caracterización del mercado meta aplicado a productos y servicios turísticos.

Reconocer el proceso de desarrollo de la metodología de investigación aplicada al estudio de mercados y el uso de software estadístico.

Explicar el proceso de proyección de la demanda potencial y esperada.

Identificar los conceptos de productos similares y sustitutos.

Identificar los tipos de competencia de mercado:

- Directa
- Indirecta

Describir el proceso de elaboración de la matriz de análisis de competencia directa e indirecta y sus criterios de

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

comparación:

- Precio del producto
- Tecnología
- Disponibilidad de insumos
- Participación en el mercado
- Ventajas competitivas
- Fortalezas y debilidades

Explicar las estrategias de colocación del producto y su proceso:

- De penetración de mercado
- De desarrollo de productos o diferenciación
- De desarrollo de mercados o segmentación
- De diversificación

Identificar la importancia de la distribución de los productos y servicios turísticos, la función de los canales de distribución y su clasificación.

Identificar los miembros de canales de distribución aplicables al sector turismo:

- Mayorista
- Minorista
- Inplants

Describir el proceso de diseño de canales de distribución.

Definir el concepto de imagen corporativa, sus elementos y beneficios:

- Nombre
- Logo y diseño
- Eslogan
- Colores corporativos (Pantone)
- Tipografía y tamaño
- Sitio web
- Apartado estético y visual

Identificar los trámites y requisitos para el registro de marca, nombres y procesos.

Determinar características del mercado meta de productos y servicios turísticos.

Investigar demanda potencial de productos y servicios turísticos.

Pronosticar demanda esperada de negocios turísticos.

Determinar la oferta existente.

Realizar análisis de competencia de productos y servicios turísticos.

Diseñar estrategias de colocación de productos y servicios turísticos.

Seleccionar intermediarios en la distribución de bienes y servicios turísticos.

Proponer canales de distribución de productos y servicios turísticos.

Proponer la imagen corporativa de empresas turísticas.

- Analítico
- Objetivo
- Responsable
- Organizado
- Analítico
- Objetivo
- Responsable
- Organizado
- Trabajo en equipo
- Propositivo
- Analítico
- Objetivo
- Responsable
- Organizado
- Trabajo en equipo
- Propositivo
- Analítico
- Objetivo
- Responsable
- Organizado
- Trabajo en equipo
- Propositivo
- Creativo

Resultado de la unidad de aprendizaje

Con base a la naturaleza del negocio de un producto o servicio turístico, elabora un estudio de mercado que contenga:

- Análisis de la demanda:
 - Objetivos
 - Necesidades
 - Segmentación de mercado
 - Análisis estadístico de fuente secundarias
 - Diseño de instrumentos de recopilación de información

- Análisis y tratamiento de la información
- Análisis de la oferta:
 - Análisis de precios
 - Análisis de la competencia
- Comercialización y Distribución:
 - Estrategias de mercadotecnia
 - Canales de distribución
- Imagen Corporativa

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

Secuencia didáctica		
Actividades iniciales	Actividades de desarrollo	Actividades finales
Actividad diagnóstica, elaborar un collage con:	Definir el concepto e importancia del estudio de mercado.	
1. Comprender el concepto, importancia y estructura del estudio de mercado.	Identificar la estructura del estudio de mercado: - Naturaleza del negocio	
2. Analizar los procesos de caracterización del mercado meta y de proyección de la demanda potencial y esperada.	- Análisis de la demanda: - Objetivos - Necesidades - Segmentación de mercado - Análisis estadístico de fuente secundarias	
3. Identificar tipos de competencia de mercado y el proceso de elaboración de la matriz de análisis de competencia.	- Diseño de instrumentos de recopilación de información - Análisis y tratamiento de la información	
4. Analizar las estrategias de colocación del producto y el proceso de diseño de canales de distribución.	- Análisis de la oferta: - Análisis de precios - Análisis de la competencia	
5. Identificar los trámites y requisitos para el registro de marca, nombres y procesos.	- Comercialización y Distribución: - Estrategias de mercadotecnia - Canales de distribución - Imagen Corporativa	
	Explicar el proceso de caracterización del mercado meta aplicado a productos y servicios turísticos. Reconocer el proceso de desarrollo de la metodología de investigación aplicada al estudio de mercados y el uso de software estadístico. Explicar el proceso de proyección de la demanda potencial y esperada. Identificar los conceptos de productos similares y sustitutos.	
	Identificar los tipos de competencia de mercado: - Directa - Indirecta	
	Describir el proceso de elaboración de la matriz de análisis de competencia directa e indirecta y sus criterios de comparación: - Precio del producto - Tecnología - Disponibilidad de insumos - Participación en el mercado	

**PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS**

- Ventajas competitivas
- Fortalezas y debilidades

Explicar las estrategias de colocación del producto y su proceso:

- De penetración de mercado
- De desarrollo de productos o diferenciación
- De desarrollo de mercados o segmentación
- De diversificación

Identificar la importancia de la distribución de los productos y servicios turísticos, la función de los canales de distribución y su clasificación.

Identificar los miembros de canales de distribución aplicables al sector turismo:

- Mayorista
- Minorista
- Inplants

Describir el proceso de diseño de canales de distribución.

Definir el concepto de imagen corporativa, sus elementos y beneficios:

- Nombre
- Logo y diseño
- Eslogan
- Colores corporativos (Pantone)
- Tipografía y tamaño
- Sitio web
- Apartado estético y visual

Identificar los trámites y requisitos para el registro de marca, nombres y procesos.

Con base a la naturaleza del negocio de un producto o servicio turístico, elabora un estudio de mercado que contenga:

- Análisis de la demanda:
 - Objetivos
 - Necesidades
 - Segmentación de mercado
 - Análisis estadístico de fuente secundarias
 - Diseño de instrumentos de recopilación de información
 - Análisis y tratamiento de la información
- Análisis de la oferta:
 - Análisis de precios
 - Análisis de la competencia
- Comercialización y Distribución:
 - Estrategias de mercadotecnia
 - Canales de distribución
- Imagen Corporativa

Medios y materiales didácticos:	Cañón proyector, Computadora, Pizarrón / Plumones , Internet, Impresos, Bibliografía, Material audiovisual
Estrategias de enseñanza:	Aprendizaje basado en problemas, Método de casos, Aprendizaje orientado a proyectos, Proyecto colaborativo, Organizadores previos, Ilustraciones
Técnicas de enseñanza:	Lluvia de ideas, Mesa redonda , Discusión en pequeños grupos, Escenificación, Actividades recreativas
Estrategias de aprendizaje:	Mapas conceptuales , Mapas mentales, Cuadros sinópticos, Organigramas
Evidencias de aprendizaje:	Propuesta de producto turístico comunitario (difusión)

4. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE				
Tipo de Evaluación	Estrategia de Evaluación	Instrumento de Evaluación		
Evaluación Diagnóstica:	Cartel	Tipo de Instrumento		
		Lista de Cotejo o verificación		
Evaluación Formativa:		Tipo de instrumento	Valor del instrumento (%)	
		Proyectos	Lista de Cotejo o verificación	40 %
		Video (cortometraje)	Lista de Cotejo o verificación	30 %
		Portafolio de evidencias	Lista de Cotejo o verificación	30 %
				100 %
Evaluación Sumativa (Fecha de asignación de la calificación)	18/08/2020			
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR (Requisitar únicamente para asignaturas integradoras)				
Objetivo:				
Asignaturas que contribuyen a la competencia específica:				
Componentes del proyecto:				

LIC. DARIO EDUARDO ORTIZ QUIJANO

Elaboró

El Nith, Ixmiquilpan, Hidalgo

Lugar

MTRO. ROMÁN BRAVO CADENA

Vo. Bo. del Director del PE

28/04/2020

Fecha de elaboración