

ASIGNATURA DE DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Competencias	<p>Dirigir empresas y organismos turísticos a través del diseño de estrategias, procesos, optimización de recursos y cumplimiento de objetivos para contribuir al desarrollo y competitividad de la industria turística.</p> <p>Desarrollar proyectos turísticos dentro del marco de la sustentabilidad, impulsando el trabajo en redes sociales, a partir de las características y necesidades de la región y organizaciones, para contribuir a la calidad de vida de las comunidades, rentabilidad de las empresas y satisfacción de los turistas.</p>
2. Cuatrimestre	Décimo
3. Horas Teóricas	26
4. Horas Prácticas	64
5. Horas Totales	90
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	6
7. Objetivo de Aprendizaje	El alumno diseñará productos turísticos a través de la integración del inventario turístico y el establecimiento de alianzas estratégicas para desarrollar proyectos turísticos potenciales en la región.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Inventario turístico.	5	17	22
II. Producto turístico.	8	25	33
III. Canales de distribución.	6	9	15
IV. Alianzas estratégicas.	7	13	20
Totales	26	64	90

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Inventario turístico.
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	17
4. Horas Totales	22
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno integrará el inventario turístico de la región tomando como base la metodología y las características geográficas del entorno para detectar aspectos potenciales de desarrollo turístico.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Geografía humana y física.	Reconocer las subdisciplinas de la geografía humana y física y su contribución a la integración del inventario turístico.	Determinar las características geográficas (humana y física) de la región.	Objetivo Analítico Asertivo Dinámico
Metodología de integración del inventario turístico.	Reconocer el concepto de inventario turístico Describir la metodología de integración del inventario turístico: -Atractivos turísticos (nombre, categoría, sitios naturales, museos y manifestaciones culturales e históricas, folklore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas, contemporáneas y acontecimientos programados; tipo y subtipo, localización, tipo y número aproximado de visitantes, época de mayor concurrencia) -Planta turística (alojamiento, alimentación, esparcimiento, y otros servicios) -Infraestructura (transporte y comunicaciones) -Supraestructura (la normatividad que rige los servicios turísticos, organismos públicos y privados).	Integrar el inventario turístico de una región considerando: -atractivos turísticos -planta turística -infraestructura -supraestructura.	Asertivo Autocrítico Líder Trabajo en equipo Comprometido

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Actualización del inventario turístico.	<p>Describir los procedimientos de seguimiento y control del inventario turístico de la región, permitiendo su renovación y actualización.</p> <p>Identificar los factores del entorno que se interrelacionan con el inventario turístico de la región.</p>	<p>Detectar áreas de oportunidad en los servicios turísticos de la región mediante el seguimiento y control del entorno.</p>	<p>Ético</p> <p>Persistente</p> <p>Visionario</p> <p>Dinámico</p> <p>Toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará el inventario turístico de una actividad turística, que integre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atractivos turísticos - Planta turística - Infraestructura - Supraestructura - Área de oportunidad de una actividad turística de la región, considerando los factores del entorno. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer los aspectos geográficos (humanos y físicos). 2. Comprender el concepto de inventario turístico. 3. Identificar la metodología de integración del inventario turístico. 4. Identificar áreas de oportunidad en los servicios turísticos, considerando los factores del entorno. 5. Integrar el inventario turístico actualizado de una región. 	<p>Proyecto. Lista de cotejo.</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Tareas de Investigación. Equipos Colaborativos. Aprendizaje basado en proyectos.	Equipo de cómputo Cañón Equipo de oficina Papelería Internet Videos y Audios Programa Leading Hotels of the World Impresos Cartografía Bases de datos Formatos de inventario turístico

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	II. Producto turístico.
2. Horas Teóricas	8
3. Horas Prácticas	25
4. Horas Totales	33
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno diseñará productos turísticos, considerando la integración de sus componentes y la metodología de desarrollo de nuevos productos para impulsar la actividad turística de la región.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Sociología del turismo.	<p>Describir los elementos del comportamiento humano de los habitantes de la región y de los visitantes (cultura, valores, costumbres, religiones y actitudes).</p> <p>Identificar la influencia de los elementos del comportamiento humano en el diseño de nuevos productos turísticos de la región.</p>	Determinar la interrelación de los elementos del comportamiento humano (de los habitantes de la región y de los visitantes), con el diseño de nuevos productos.	<p>Creativo</p> <p>Persistente</p> <p>Sociable</p> <p>Visionario</p> <p>Innovador</p> <p>Comprometido</p>
Tipos y formas del turismo.	Reconocer las clasificaciones del turismo, así como sus características principales.	Determinar los de turismo en la región.	<p>Ético</p> <p>Persistente</p> <p>Visionario</p> <p>Dinámico</p> <p>Toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Componentes del producto turístico.	<p>Reconocer los conceptos de producto turístico, segmentación de mercado y mercado meta.</p> <p>Identificar los recursos y atractivos, servicios y organización, equipamiento e infraestructura que integran un producto turístico.</p> <p>Describir la importancia de la satisfacción del cliente en la integración de un producto turístico.</p>	Realizar una propuesta de un producto turístico.	<p>Creativo</p> <p>Ético</p> <p>Líder</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Visionario</p> <p>Innovador</p> <p>Organizado</p>
Desarrollo de Nuevos Productos.	<p>Describir los niveles (básico, esperado o aumentado) y las características del producto</p> <p>Explicar el proceso de desarrollo de nuevos productos y sus diferentes etapas (generación de ideas, selección, análisis comercial, desarrollo de prototipos, pruebas de mercado y comercialización)</p>	Integrar un producto turístico considerando sus etapas de desarrollo.	<p>Asertivo</p> <p>Creativo</p> <p>Líder</p> <p>Sociable</p> <p>Dinámico</p> <p>Organizado</p> <p>Trabajo bajo presión</p> <p>Comprometido</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Integrará un catálogo donde se presenten nuevos productos turísticos generados con el procedimiento de desarrollo de nuevos productos, que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mercado meta. -Clasificación del turismo (tipo y forma). -Componentes de los productos turísticos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender la sociología del turismo. 2. Reconocer los conceptos de producto turístico, segmentación de mercado y mercado meta. 3. Identificar los tipos y formas del turismo. 4. Identificar los componentes de un producto turístico. 5. Comprender el proceso de desarrollo de nuevos productos. 	<p>Proyecto. Lista de cotejo.</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos. Equipos colaborativos. Tareas de investigación.	Equipo de cómputo Equipo de oficina Proyector Papelería Internet Audios y Videos Programa Leading Hotels of the World Impresos Revistas especializadas Cartografía Bases de datos

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	III. Canales de distribución.
2. Horas Teóricas	6
3. Horas Prácticas	9
4. Horas Totales	15
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno diseñará la logística e integración de la cadena de suministro a través del establecimiento de actores involucrados y actividades para eficientar el proceso de entrega del producto turístico.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Naturaleza de los canales de distribución.	Identificar la naturaleza, importancia, funciones y niveles en los canales de distribución acorde al producto turístico. Reconocer los intermediarios que participan en el sector turístico.	Proponer el(los) canal(es) de distribución acorde a las características del producto turístico.	Líder Visionario Comprometido Dinámico Organizado Motivador

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Cadena de suministro.	<p>Definir los conceptos de logística y cadena de suministro.</p> <p>Identificar las actividades de la logística (manejo de materiales, transporte, inventarios y procesamiento de pedido).</p> <p>Describir las características de los elementos que integran la cadena de suministro en el servicio turístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> -personal y sus actividades. -infraestructura y acondicionamiento físico. -tecnología y tipo de energía utilizada. -transporte y comunicaciones. -procesamiento de datos. 	Diseñar la logística e integración de la cadena de suministro del nuevo producto turístico, incluyendo los elementos que permitan otorgar el servicio esperado.	<p>Líder</p> <p>Ético</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Visionario</p> <p>Actitud de servicio</p> <p>Comprometido</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso, elaborará un informe donde proponga la logística de la cadena de suministro del nuevo producto, que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los canales de distribución, justificados según el mercado meta. -Los elementos que permiten otorgar el servicio esperado. -La tecnología y procesamiento de datos utilizados para el servicio turístico. -Descripción de las actividades logísticas a desarrollar. -Transportes y comunicaciones utilizados. -Proveedores de insumos para el producto turístico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender la naturaleza, importancia, funciones y niveles de los canales de distribución. 2. Comprender los conceptos de logística y cadena de suministro. 3. Identificar los intermediarios que participan en el sector turístico. 4. Identificar las actividades de la logística y los elementos que integran la cadena de suministro. 5. Integrar la cadena de suministro. 	<p>Estudio de casos. Lista de cotejo.</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos. Equipos colaborativos. Tareas de investigación.	Equipo de cómputo Equipo de oficina Proyector Papelería Internet Revistas especializadas Impresos Bases de datos

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	IV. Alianzas estratégicas.
2. Horas Teóricas	7
3. Horas Prácticas	13
4. Horas Totales	20
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno diagnosticará oportunidades de desarrollo turístico de una región, considerando las alianzas estratégicas para contribuir al mejoramiento de la actividad turística

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Planeación turística.	<p>Reconocer las fases de la planeación turística:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diagnóstico -Pronóstico cualitativo -Planes -Objetivos -Programas -Estrategias -Tácticas -Proyectos. <p>Identificar la importancia del establecimiento de estrategias, programas y planes turísticos, orientados al desarrollo social.</p>	Desarrollar la planeación de un producto turístico.	<p>Organizado</p> <p>Responsable</p> <p>Actitud de servicio</p> <p>Comprometido</p> <p>Dinámico</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Modelos de alianzas estratégicas.	<p>Describir las clasificaciones de alianzas estratégicas: aventuras, affairs o matrimonios.</p> <p>Identificar los modelos de alianzas: clusters turísticos, cadenas productivas, agrupaciones empresariales y redes sociales.</p> <p>Identificar las fases en el desarrollo de alianzas estratégicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fase 1: Decisiones estratégicas (justificación y proyección de la alianza, detección de las mejores prácticas de la organización). -Fase 2: Estructurar el tipo de alianza estratégica (definir campo y nivel de cooperación, decidir aspectos de medición y control). -Fase 3: Seleccionar al(los) asociado(s) y ajustes estratégicos. -Fase 4: Desarrollar convenios. 	Desarrollar un modelo de alianza estratégica acorde a las características del producto turístico y el mercado meta.	<p>Líder</p> <p>Ético</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Visionario</p> <p>Actitud de servicio</p> <p>Comprometido</p>
Técnicas de negociación	Reconocer las técnicas de negociación que permitan las condiciones óptimas en la generación de las alianzas estratégicas.	Seleccionar la técnica de negociación acorde al modelo de alianza estratégica que requiere el producto turístico.	<p>Asertivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Líder</p> <p>Dinámico</p> <p>Manejo de conflictos</p> <p>Toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Desarrollo de proveedores.	Identificar los principios básicos del Desarrollo de Proveedores: -Involucramiento -Ganar-Ganar -Modificar los términos de intercambio -Impacto local y beneficio a la comunidad -Impacto en la cadena de valor -Inversiones y generación de empleo.	Proponer un programa estratégico en el desarrollo de un proveedor, cumpliendo con los requerimientos en la entrega del producto turístico.	Asertivo Creativo Líder Visionario Estratega Motivador Objetivo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un catálogo de productos turísticos elaborará un informe de una alianza estratégica, que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -justificación de la alianza estratégica elegida. -la planeación turística. -el modelo de la alianza. -desarrollo de la alianza estratégica de acuerdo a sus fases. -enliste las técnicas de negociación acorde a las necesidades de la alianza. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer las fases de la planeación turística. 2. Identificar los modelos de alianzas y sus fases. 3. Distinguir las técnicas de negociación aplicables. 4. Comprender el concepto de desarrollo de proveedores. 	<p>Proyecto. Lista de cotejo.</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos. Equipos colaborativos. Juego de roles.	Equipo de cómputo Equipo de oficina Proyector Papelería Internet Programa Leading Hotels of the World Impresos Plan Nacional de Desarrollo vigente (capítulo del Turismo) Programa Sectorial de Turismo vigente Cartografía Bases de datos

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

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

Capacidad	Criterios de Desempeño
Determinar el programa táctico y operativo mediante la integración de programas, políticas, pronósticos, presupuestos y procedimientos para orientar los esfuerzos organizacionales hacia el logro de los objetivos.	<p>Integra un programa basado en las estrategias seleccionadas, que incluya para las áreas funcionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - políticas de operación - cronograma de actividades - determinación de procedimientos - presupuesto asignado - proyecciones
Implementar procesos estratégicos, fundamentales y de soporte mediante el mapeo de las relaciones entre los actores involucrados, su registro y estándares de calidad para contribuir al logro de los objetivos organizacionales.	<p>Diseña e implementa el manual operativo de un proceso que contenga las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Objetivos * Descripción del procedimiento * Diagramas de flujo * Políticas de aplicación * Alcance * Identificación de formatos * Estándares <p>Genera registros como evidencias de la aplicación de los procesos</p>
Desarrollar el capital humano a través de la identificación de perfiles, gestión de capacitación y técnicas de administración de equipos de trabajo para eficientar el desempeño de los colaboradores.	<p>Elabora un plan integral con las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico de perfiles - Detección de necesidades de capacitación (DNC) - Programa de capacitación - Evaluación del desempeño - Programa de incentivos - Plan de vida y carrera dentro de la empresa.

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Capacidad	Criterios de Desempeño
Realizar el análisis del negocio mediante la determinación del inventario turístico e identificación de recursos internos y factores externos para proporcionar los insumos del plan de mercadotecnia.	Elabora un documento donde integre: -El inventario turístico (atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y supraestructura) -El análisis del negocio (compañía, producto, mercado meta, participación en el mercado, perfil del consumidor y precios) -El análisis comparativo de la competencia, y -El análisis FODA
Desarrollar productos turísticos mediante el plan de mercadotecnia, atendiendo los lineamientos normativos para satisfacer las necesidades del mercado.	Elabora una propuesta de diseño o rediseño de un producto turístico, mediante un plan de mercadotecnia que integre: -Definición del producto turístico (recursos, infraestructura, equipamiento y servicios) -Definición de mercado meta -Objetivos de venta -Estrategias de mercadotecnia y posicionamiento -Mezcla de mercadotecnia (producto, precio, distribución y promoción) -Presupuesto y calendario del plan de mercadotecnia.
Proponer un programa de seguimiento postventa (Customer Relationship Management-CRM) interpretando los indicadores de la operación para contribuir a la fidelidad de los clientes.	Diseña un programa de seguimiento postventa con las siguientes características: - Definición de objetivos y visión del seguimiento postventa - Identificación de los atributos de valor para la fidelidad y satisfacción del cliente - Gestión de información (obtener, codificar, analizar y compartir) - Seguimiento y control (premios e incentivos que promuevan la lealtad) - Estrategias de posicionamiento y consolidación del producto turístico.

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Promover alianzas estratégicas mediante el desarrollo de convenios y actividades conjuntas para aprovechar oportunidades del mercado y lograr un desarrollo integral de la actividad turística de la región.</p>	<p>Desarrolla un modelo de alianza estratégica donde se describen:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fase 1: Decisiones estratégicas (justificación y proyección de la alianza, detección de las mejores prácticas de la organización) -Fase 2: Estructurar el tipo de alianza estratégica (definir campo y nivel de cooperación, decidir aspectos de medición y control) -Fase 3: Seleccionar al(los) asociado(s) y ajustes estratégicos.

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Ayllón/Chavez	(1999)	<i>Geografía Económica</i>	México DF	México	Limusa
Erasmus Trejo, Julio Sánchez, Enrique Zapata	(2001)	<i>Geografía General</i>	México DF	México	trillas
Ángel Bassols	(2000)	<i>Geografía Económica de México</i>	México DF	México	Trillas
Fabio Cárdenas Tabares	(2004)	<i>Producto Turístico</i>	México DF	México	Trillas
Sergio Ponterio	(2003)	<i>Metodología en el Turismo</i>	México DF	México	Trillas
Jorge Dahdá	(2003)	<i>Elementos de Turismo</i>	México DF	México	Trillas
Edgar Alfonso Hernández	(2001)	<i>Proyectos Turísticos</i>	México DF	México	Trillas
Enrique Flores Cano	(1997)	<i>El Patrimonio Nacional de México I y II</i>	México DF	México	Fondo de Cultura Económica
Fabio Cárdenas	(2006)	<i>Proyectos Turísticos</i>	México DF	México	Trillas

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:		
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	