


## ASIGNATURA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

### UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Competencias</b>	<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>
<b>2. Cuatrimestre</b>	Séptimo
<b>3. Horas Teóricas</b>	29
<b>4. Horas Prácticas</b>	46
<b>5. Horas Totales</b>	75
<b>6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre</b>	5
<b>7. Objetivo de Aprendizaje</b>	El alumno diseñará un plan estratégico acorde a las necesidades y oportunidades de la empresa turística, a partir de un diagnóstico integral, selección de estrategias y su implementación, para generar ventajas competitivas ante las condiciones del entorno.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
<b>I. Introducción a la planeación estratégica</b>	5	3	8
<b>II. Diagnóstico estratégico integral</b>	10	20	30
<b>III. Objetivos y estrategias</b>	6	11	17
<b>IV. Implementación de la estrategia</b>	8	12	20
<b>Totales</b>	<b>29</b>	<b>46</b>	<b>75</b>


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

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS


## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>I. Introducción a la planeación estratégica</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	5
<b>3. Horas Prácticas</b>	3
<b>4. Horas Totales</b>	8
<b>5. Objetivo de la Unidad Aprendizaje</b>	El alumno seleccionará un modelo de planeación estratégica, mediante el reconocimiento de sus etapas, elementos y características, a fin de atender las necesidades de planeación propias de las organizaciones turísticas.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Fundamentos de la Planeación Estratégica	Definir los conceptos de: Planeación, estrategia, planeación estratégica, táctica y operativa.  Identificar la importancia y beneficios de la planeación estratégica.		Analítico Objetivo Pensamiento crítico Holístico Asertivo
Clasificación de los planes	Describir la clasificación y características de los planes de acuerdo a: - Tipo: estratégicos, tácticos, operativos normativos y de negocios.  - Nivel: estratégica, táctica, operativa y normativo.  - Origen: procedimiento y método  - Tiempo: corto, mediano y largo plazo.	Diferenciar en situaciones específicas el tipo de planeación a desarrollar.	Analítico Objetivo Pensamiento crítico Holístico Asertivo

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


<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Proceso de planeación estratégica	Identificar el proceso general de planeación estratégica, así como sus etapas y elementos.	Justificar el modelo de planeación estratégica de acuerdo a las condiciones del entorno y las características y necesidades propias de la organización.	Analítico Objetivo Responsable Estratega Holístico

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

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará un ensayo en el que:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describa los conceptos esenciales de la planeación estratégica</li> <li>- Relacione los tipos de planes y sus características</li> <li>- Describa los elementos y etapas del proceso general de la planeación estratégica</li> <li>- Justifique el modelo de planeación estratégica para una empresa turística</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender los conceptos, importancia y beneficios de la planeación estratégica.</li> <li>2. Identificar la clasificación y características de los planes.</li> <li>3. Analizar el proceso general de la planeación estratégica.</li> </ol>	<p>Ensayo Rúbrica</p>

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


# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS


## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Lectura asistida Tareas de investigación Discusión en grupo	Impresos, Proyector, Equipo de Cómputo, Pintarrón, Internet.

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

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


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

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS


## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>II. Diagnóstico estratégico integra</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	10
<b>3. Horas Prácticas</b>	20
<b>4. Horas Totales</b>	30
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno elaborará un diagnóstico estratégico integral, a partir de la identificación de la filosofía, el análisis del entorno, comportamiento del mercado y la situación organizacional, a fin de contar con los parámetros holísticos que permitan el diseño de estrategias competitivas.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Filosofía organizacional	<p>Definir el concepto de visión, misión, valores, principios, credo y características que los conforman.</p> <p>Explicar las técnicas para la determinación de la filosofía organizacional tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lluvia de ideas</li> <li>- Seis sombreros para pensar</li> <li>- Autodiagnóstico</li> <li>- Diseño organizacional</li> </ul>	<p>Diseñar la filosofía organizacional acorde a las especificaciones de la organización.</p> <p>Evaluar la filosofía organizacional existente contra los parámetros establecidos.</p>	<p>Analítico</p> <p>Líder</p> <p>Objetivo</p> <p>Responsable</p> <p>Ético</p> <p>Compromiso institucional</p>


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

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Análisis del Entorno	<p>Identificar el concepto de plan y programa.</p> <p>Describir los tipos de planes y programas en materia de desarrollo turístico vigentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan Nacional de Desarrollo</li> <li>- Plan Estatal de Desarrollo</li> <li>- Planes municipales de Desarrollo</li> <li>- Programa Nacional de Turismo</li> <li>- Programa Sectorial de Turismo</li> </ul> <p>Identificar las tendencias macro y microeconómicas del sector turístico en la región.</p>	<p>Relacionar la información contenida en los planes y programas de desarrollo en sus tres niveles con las necesidades de crecimiento en la organización.</p> <p>Determinar las áreas de oportunidad en la empresa con base a la interpretación de las tendencias económicas del sector turístico en la región.</p>	<p>Análítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Pensamiento crítico</p> <p>Asertivo</p>

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




Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Análisis de mercado	<p>Describir las herramientas de análisis de oferta (producto) y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Matriz Boston Consulting Group (BCG).</li> <li>- Matriz de crecimiento de producto y mercado.</li> <li>- Matriz de General Electric o Grid Comercial de General Electric.</li> </ul> <p>Describir las herramientas de análisis de demanda (mercado):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuestas de sondeo (entrevista de intención de compra, detección de necesidades de producto, nivel de satisfacción del cliente).</li> <li>- Grupos de enfoque.</li> </ul>	<p>Categorizar dentro de las herramientas de análisis de oferta, los productos y/o servicios de una organización turística.</p> <p>Proponer instrumentos de análisis de mercado y su estrategia de aplicación.</p> <p>Interpretar resultados de las herramientas de análisis de mercado.</p>	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Proactivo</p> <p>Pensamiento crítico</p> <p>Organizado</p> <p>Holístico</p> <p>Dinámico</p>
Diagnóstico Organizacional	<p>Describir las herramientas de diagnóstico organizacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de vulnerabilidad FODA.</li> <li>- Teoría de recursos y capacidades.</li> <li>- Diagnóstico del clima organizacional.</li> <li>- Análisis de eficiencia operativa.</li> </ul>	<p>Diagnosticar con base en el uso de las herramientas, la situación operativa actual de la organización.</p>	<p>Visionario</p> <p>Objetivo</p> <p>Responsable</p> <p>Asertivo</p> <p>Honesto</p> <p>Dinámico</p> <p>Discreto</p>

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

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará un informe de diagnóstico para una empresa del sector turístico en el que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El diseño y evaluación de la filosofía organizacional</li> <li>- El análisis de tendencias y planes económicos del sector turístico en la región</li> <li>- El análisis de la oferta y demanda de los productos y/o servicios turísticos actuales</li> <li>- El diagnóstico organizacional</li> <li>- La justificación de las herramientas de diagnóstico utilizadas</li> <li>- La detección de áreas de oportunidad con base en los resultados de los análisis</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender los conceptos que integran la filosofía organizacional y las técnicas para determinarla.</li> <li>2. Identificar las tendencias del sector turístico contenida en los planes, programas e indicadores oficiales.</li> <li>3. Analizar las herramientas de análisis de oferta y demanda de productos y servicios turísticos.</li> <li>4. Analizar las herramientas de diagnóstico organizacional</li> <li>5. Comprender el proceso de diagnóstico estratégico integral de una organización turística.</li> </ol>	<p>Proyecto Lista de cotejo</p>

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


# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de Casos Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos	Impresos, Proyector, Equipo de Cómputo, Pintarrón, Internet.

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


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

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS


## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>III. Objetivos y estrategias</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	6
<b>3. Horas Prácticas</b>	11
<b>4. Horas Totales</b>	17
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno diseñará las estrategias de negocio de empresas turísticas, mediante el uso de herramientas correspondientes, para el cumplimiento de los objetivos de eficiencia, rentabilidad y competitividad definidos.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Objetivos estratégicos	Definir qué es un objetivo, su estructura, características y clasificación.  Explicar los elementos para la elaboración de objetivos.	Estructurar los objetivos estratégicos de una organización turística con base en el diagnóstico y alineados a la filosofía organizacional.	Analítico Visionario Objetivo Responsable Holístico Honesto
Diseño de estrategias	Identificar las principales herramientas, técnicas y modelos de administración, aplicables al diseño de estrategias en el sector turismo, sus características, ventajas y desventajas.  Describir las estrategias de negocios, sus características, ventajas y desventajas:	Diseñar estrategias en empresas turísticas acorde a la filosofía y objetivos organizacionales.	Analítico Visionario Objetivo Responsable Proactivo Pensamiento crítico Holístico

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


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
	<p>Modelo de estrategias genéricas de Porter.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Benchmarking.</li> <li>- Empresa socialmente responsable y ambiente global.</li> <li>- Integración vertical, diversificación y alianzas estratégicas.</li> <li>- Estrategias basadas en tecnologías de la información (e-business).</li> </ul>		

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

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará un informe para una empresa del sector turístico en el que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los objetivos estratégicos alineados a la filosofía de la organización y las necesidades detectadas en el diagnóstico.</li> <li>- Las estrategias a seguir basadas en las herramientas pertinentes.</li> <li>- La justificación de la utilización de las herramientas para diseñar estrategias</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender los conceptos básicos y los elementos para la elaboración de objetivos.</li> <li>2. Identificar las herramientas para la elaboración de estrategias.</li> <li>3. Proponer estrategias de acción pertinentes a los objetivos y la filosofía de la empresa.</li> </ol>	<p>Ensayo Lista de Cotejo</p>

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


# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de Casos Equipos colaborativos Tareas de Investigación	Impresos, Proyector, Equipo de Cómputo, Pintarrón, Internet.

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


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

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

## UNIDADES TEMÁTICAS


<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>IV. Implementación de la estrategia</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	8
<b>3. Horas Prácticas</b>	12
<b>4. Horas Totales</b>	20
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno establecerá las condiciones organizacionales necesarias para la implementación de la planeación estratégica, considerando la estructura, las barreras que puedan interferir y el diseño de sistemas de información directiva.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Diseño organizacional	<p>Describir el proceso de diseño de la estructura organizacional y sus tipos.</p> <p>Identificar el impacto de las estrategias definidas en el diseño organizacional.</p>	Diseñar la estructura organizacional alineada a las estrategias definidas.	<p>Líder</p> <p>Objetivo</p> <p>Responsable</p> <p>Organizado</p> <p>Estratega</p> <p>Asertivo</p> <p>Compromiso institucional</p>
Sistema de información directiva	<p>Identificar la importancia del uso del sistema de información directiva como herramienta de control.</p> <p>Describir la estructura de la matriz de contenido de un sistema de información directiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Área de impacto</li> <li>-Variables</li> <li>-Fuentes de información</li> <li>-Responsables</li> <li>-Periodicidad</li> </ul>	Diseñar el sistema de información directiva de una empresa turística.	<p>Analítico</p> <p>Visionario</p> <p>Objetivo</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Creativo</p> <p>Dinámico</p> <p>Discreto</p>

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




Temas	Saber	Saber hacer	Ser
	-Indicadores de logro -Norma de rendimiento -Metas Identificar las áreas del cuadro de mando integral y sus ventajas en la administración estratégica.		
Cambio estratégico	Describir las barreras y su importancia en la implementación de la estrategia: - Manejo de conflictos - Políticas organizacionales - Fuentes de poder	Identificar a partir de una situación planteada las barreras que pueden presentarse durante la implementación de las estrategias	Visionario Líder Objetivo Responsable Pensamiento crítico Ético Asertivo Dinámico

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

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de una situación planteada, integrará un proyecto de planeación estratégica organizacional donde incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El diseño o rediseño de la estructura organizacional funcional</li> <li>- El diseño del sistema de información directiva</li> <li>- Propuestas para reducir y/o eliminar barreras en la implementación de las estrategias</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender el proceso para el diseño de la estructura organizacional y sus tipos.</li> <li>2. Identificar la estructura de los sistemas de información directiva</li> <li>3. Comprender las barreras que dificulten la implementación de las estrategias</li> </ol>	<p>Proyecto Lista de Cotejo</p>

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


# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos	Impresos, Proyector, Equipo de cómputo, Pintarrón, Internet.

### ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

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


# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

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


Capacidad	Criterios de Desempeño
Determinar la filosofía organizacional, metas y objetivos estratégicos evaluando la situación actual de la organización turística para definir su futuro deseado.	Utilizando la metodología de planeación estratégica y técnicas para dirigir equipos de trabajo, entrega un documento que refleje las creencias organizacionales: <ul style="list-style-type: none"> <li>- la misión</li> <li>- la visión</li> <li>- valores</li> <li>- los objetivos y metas generales y específicos tanto a corto, mediano y largo plazo alineados a la filosofía organizacional.</li> </ul>
Diagnosticar el ambiente externo e interno mediante el análisis general del sector, oferta, demanda y áreas funcionales de las empresas para identificar brechas y formular estrategias.	Elabora un diagnóstico por escrito que contenga: <ul style="list-style-type: none"> <li>- información del sector que pueda impactar a la organización (indicadores de crecimiento, factores de riesgo, programas de apoyo institucional, áreas de oportunidad, tendencias)</li> <li>- el análisis del estudio de mercado que considere:               <ul style="list-style-type: none"> <li>* la oferta (productos existentes, niveles de posicionamiento y servicio, características de la competencia, comparativo de precios, ventajas comparativas y competitivas)</li> <li>* la demanda (mercado meta, características del segmento, comportamiento del consumidor, detección de necesidades y deseos, capacidad de compra)</li> </ul> </li> <li>- el análisis de áreas funcionales y procesos (comunicación, flujo de información, valuación de puestos, evaluación de procesos, clima organizacional)</li> <li>- Interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones.</li> </ul>

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


Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Seleccionar estrategias de negocios a través del inventario de recursos, análisis de indicadores gerenciales y operativos, y resultados del estudio de mercado para establecer un modelo de negocios.</p>	<p>Presenta un modelo de negocios acorde a la visión estratégica y al diagnóstico organizacional que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la descripción del inventario de recursos</li> <li>- el análisis de los indicadores gerenciales y operativos</li> <li>- la cartera de estrategias disponibles para la integración del modelo de negocio</li> <li>- Justificación de las estrategias a seguir.</li> </ul>
<p>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>	<p>Integra un programa basado en las estrategias seleccionadas, que incluya para las áreas funcionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- políticas de operación</li> <li>- cronograma de actividades</li> <li>- determinación de procedimientos</li> <li>- presupuesto asignado</li> <li>- proyecciones.</li> </ul>
<p>Coordinar los recursos financieros, materiales y tecnológicos de acuerdo al plan establecido para la operación de los procesos en las organizaciones turísticas.</p>	<p>Presenta un programa operativo de organización de los recursos en las áreas que coordine (hotelería, agencia de viajes, alimentos y bebidas, coordinación de eventos y turismo alternativo) en el que describa y justifique los cursos de acción y la toma de decisiones en relación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de logística</li> <li>- Cronograma</li> <li>- Costos</li> <li>- Distribución de presupuesto</li> <li>- Plan contingente.</li> </ul>
<p>Evaluar los resultados a través de instrumentos de medición comparados con los estándares de calidad establecidos para detectar áreas de oportunidad en la organización.</p>	<p>Elabora un reporte que integre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño del instrumento de evaluación</li> <li>- Procedimiento de evaluación</li> <li>- Procesamiento de la información</li> <li>- Un comparativo de los resultados obtenidos contra los estándares establecidos</li> <li>- Especificar las áreas de oportunidad detectadas.</li> </ul>

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

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>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>	<p>Diseña e implementa el manual operativo de un proceso que contenga las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Objetivos</li> <li>* Descripción del procedimiento</li> <li>* Diagramas de flujo</li> <li>* Políticas de aplicación</li> <li>* Alcance</li> <li>* Identificación de formatos</li> <li>* Estándares</li> </ul> <p>Genera registros como evidencias de la aplicación de los procesos.</p>
<p>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.</p>	<p>Elabora un documento donde integre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-El inventario turístico (atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y supraestructura)</li> <li>-El análisis del negocio (compañía, producto, mercado meta, participación en el mercado, perfil del consumidor y precios)</li> <li>-El análisis comparativo de la competencia, y</li> <li>-El análisis FODA</li> </ul>
<p>Desarrollar productos turísticos mediante el plan de mercadotecnia, atendiendo los lineamientos normativos para satisfacer las necesidades del mercado.</p>	<p>Elabora una propuesta de diseño o rediseño de un producto turístico, mediante un plan de mercadotecnia que integre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Definición del producto turístico (recursos, infraestructura, equipamiento y servicios)</li> <li>-Definición de mercado meta</li> <li>-Objetivos de venta</li> <li>-Estrategias de mercadotecnia y posicionamiento</li> <li>-Mezcla de mercadotecnia (producto, precio, distribución y promoción)</li> <li>-Presupuesto y calendario del plan de mercadotecnia.</li> </ul>

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


Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Proponer un programa de seguimiento postventa (Customer Relationship Management-CRM) interpretando los indicadores de la operación para contribuir a la fidelidad de los clientes.</p>	<p>Diseña un programa de seguimiento postventa con las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de objetivos y visión del seguimiento postventa</li> <li>- Identificación de los atributos de valor para la fidelidad y satisfacción del cliente</li> <li>- Gestión de información (obtener, codificar, analizar y compartir)</li> <li>- Seguimiento y control (premios e incentivos que promuevan la lealtad)</li> <li>- Estrategias de posicionamiento y consolidación del producto turístico.</li> </ul>
<p>Establecer líneas de acción estratégicas considerando las condiciones detectadas, los lineamientos de sustentabilidad, la normatividad aplicable, así como las certificaciones ambientales, para mejorar la calidad de los destinos turísticos.</p>	<p>Diseña un plan de acciones sustentables para un servicio turístico que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivos</li> <li>- Descripción de estrategias (Calidad ambiental turística, Banderas Azules, ISO 19011)</li> <li>- Selección del indicador de sustentabilidad</li> <li>- La normatividad aplicable</li> <li>- Identificación de los actores involucrados (Instituciones, autoridades y sociedad)</li> <li>- Cronograma de trabajo</li> <li>- Resultados esperados.</li> </ul>

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

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS


## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Joseph Boyett; Jimmie Boyett	(1999)	<i>Hablan los gurús; las mejores ideas de los máximos pensadores de la administración</i>	Bogotá	Colombia	Editorial Norma
Dr. Ravi Kalakota; Marcia Robinson	(2001)	<i>Del e-Commerce al e-Business</i>	Estado de México	México	Addison Wesley
Richard L. Daft	(2000)	<i>Teoría y Diseño Organizacional</i>	Distrito Federal	México	International Thomson Editores
Gregory G. Dess; G.T. Lumpkin	(2003)	<i>Dirección estratégica</i>	Madrid	España	Mc Graw Hill
Hitt, Ireland, Hoskisson	(1999)	<i>Administración estratégica; competitividad y conceptos de globalización</i>	Distrito Federal	México	Soluciones Empresariales
Harvard Business Review Kotter, Collins, Porras, Duck, Goss	(2001)	<i>Gestión del cambio</i>	Bilbao	España	Deusto

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



<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Título del Documento</b>	<b>Ciudad</b>	<b>País</b>	<b>Editorial</b>
George A. Steiner	(2007)	<i>Planeación Estratégica. Lo que todo director debe saber</i>	Distrito Federal	México	Grupo Editorial Patria
Simon Wooton; Terry Horne	(2002)	<i>Pensamiento Estratégico. Un camino a la estrategia paso a paso</i>	Distrito Federal	México	Panorama
		<i>Revista "Harvard Bussines Review"</i>			
		<i>Revista Adminístrate Hoy</i>			
		<i>Revista "gestión de negocios; Inc. Magazine"</i>			

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