

ÍNDICE

Propuesta de Productos (Empresas) Turísticos Sustentables e Innovadores para la región del Valle del Mezquital

Resumen
Introducción
Planteamiento del problema
Justificación
Alcance
Objetivo general
Objetivos específicos
Glosario
Siglas

Líderes de proyecto (Mtra. Daniela Ortega Meza Y Lic. Darío Ortiz Quijano)

CAPITULO I CONSIDERACIONES DEL TURISMO ALTERNATIVO (Revisión en la fecha que indiquen los profesores responsables).

- 1.1. Concepto de turismo alternativo y su clasificación de acuerdo a SECTUR
- 1.2 Destinos principales en México para el turismo alternativo
- 1.3 Parques ecoturísticos del estado de Hidalgo
 - 1.3.1 Antecedentes
 - 1.3.2 Actividades y productos turísticos
 - 1.3.3 Localización
- 1.4 Las empresas de turismo sustentable y alternativo
- 1.5 Concepto de empresa sustentable
- 1.6 Concepto de desarrollo turístico sustentable
- 1.7 Características de una empresa de turismo alternativo y sustentable
- 1.8 Aportación al desarrollo turístico sustentable del proyecto integrador de su equipo.

CAPÍTULO II SUSTENTABILIDAD EN LA EMPRESA TURÍSTICA (Revisión 10 de Julio del 2015, en el Aula de cada grupo, Mtra. Daniela Ortega Meza)

- 2.1 Determinación de las actividades y productos sustentables
- 2.2 Código de actuación de la empresa
- 2.3 Código de conducta de la empresa
- 2.4 Definición de Buenas Prácticas Ambientales aplicadas en la empresa
- 2.5 Uso de tecnologías alternativas
- 2.6 Certificaciones ambientales de su empresa turística

CAPITULO III CAMPAÑA PUBLICITARÍA Y PROMOCIÓN DE VENTAS (Revisión 16 de Julio del 2015, sala de juntas a las 13:00 hrs. Mtra. Sarita Caballero, Lic. Angélica Daniel y Mtra. Guadalupe Pérez).

- 3.1 Etapas del proceso creativo (campaña)
 - 3.1.1 Descripción del proceso creativo para generar la idea.
 - 3.1.2 Describir las técnicas de creatividad utilizadas para la generación de la campaña

- 3.2 Objetivo general de la campaña
- 3.3 Target o segmento de mercado
- 3.4 Slogan y logotipo (revisión)
- 3.5 Publicidad y promoción de ventas
 - 3.5.1 Presupuesto de acuerdo:
 - a) Ciclo de vida
 - b) Participación en el mercado
 - c) Competencia (análisis)
 - d) Frecuencia (para presupuestar)
 - e) Diferenciación de los atributos del producto (enfaticar)
 - 3.5.2 Decisiones en relación al mensaje
 - a. Tema de campaña
 - b. Creación del mensaje
 - c. Evaluación y selección del mensaje
 - d. Ejecución del mensaje (formato, tono)
 - e. Bocetos (imágenes)
 - 3.5.3 Selección de medios publicitarios (ejemplo: radio, revistas)
 - a. Justificación
 - b. Calendarización de medio
 - 3.5.4 Selección de medios de promoción de venta (Ejemplo: cupones, muestras, regalos)
 - a. Justificación
 - b. Calendarización de medio

CAPITULO IV EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO EN LA INTEGRACIÓN DE PROYECTOS (Revisión en la fecha que indiquen los profesores responsables).

- 4.1 Definir las expectativas del equipo
- 4.2 Etapas de desarrollo del equipo
- 4.3 Nivel de madurez del equipo
- 4.4 Relaciones interpersonales del equipo
- 4.5 Tipo de comunicación utilizada
- 4.6 Estilo de liderazgo utilizado
- 4.7 Técnicas de manejo para equipos

CAPITULO V RESULTADOS DEL PROYECTO

- 5.1 Resultados de la capacitación
- 5.2 Resultados de la Prueba Piloto

Conclusiones
Recomendaciones
Bibliografía en APA Sexta Edición
Anexos
Foto galería

(Mtra. Daniela Ortega Meza y Lic. Darío E. Ortiz Qujano)