LISTA DE COTEJO PROYECTO INTEGRADOR
9nos Cuatrimestre: Mayo – Agosto 2015
Mtra. María Guadalupe Pérez Márquez.

Fecha: _____ **Nombre y firma del Profesor:** _____

CRITERIOS A EVALUAR:		**9°A**								**9°B**								**9°C**							
		Temazcal				**Avix**				**Turisteando**				**Capacitadora**				**Spa**				**Concientízate**			
Escala de evaluación: 4 Excelente, 3 Muy bueno, 2 Regular, 1 Deficiente		**4**	**3**	**2**	**1**	**4**	**3**	**2**	**1**	**4**	**3**	**2**	**1**	**4**	**3**	**2**	**1**	**4**	**3**	**2**	**1**	**4**	**3**	**2**	**1**
	Resumen																								
	Introducción																								
	Planteamiento del problema																								
	Justificación																								
	Alcance																								
	Objetivo general																								
	Objetivos específicos																								
	Glosario																								
	Siglas																								
	CAPITULO I CONSIDERACIONES DEL TURISMO ALTERNATIVO																								
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																								

LISTA DE COTEJO PROYECTO INTEGRADOR
9nos Cuatrimestre: Mayo – Agosto 2015
Mtra. María Guadalupe Pérez Márquez.

1.8	Aportación al desarrollo turístico sustentable del proyecto integrador de su equipo																								
	CAPÍTULO II SUSTENTABILIDAD EN LA EMPRESA TURÍSTICA																								
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																								
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 (enfatizar)																								
3.5.2	Decisiones en relación al mensaje																								
	a. Tema de campaña																								

LISTA DE COTEJO PROYECTO INTEGRADOR
9nos Cuatrimestre: Mayo – Agosto 2015
Mtra. María Guadalupe Pérez Márquez.

	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																								
3.6	Diseño de imagen corporativa.																								
	CAPITULO IV EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO EN LA INTEGRACIÓN DE PROYECTOS																								
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																								
	SUMAS:																								
	PROMEDIOS:																								

TOTAL DE CRITERIOS: 66