

# ÍNDICE

## Proyecto integrador 9°

### Implementación de Pruebas Piloto de Empresas Turísticas Sustentables

- **Resumen**
- **Introducción**
- **Planteamiento del problema**
- **Justificación**
- **Alcance**
- **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 eco turísticos 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 alternativo
  - 1.4.1 Concepto de empresa de turismo de naturaleza
  - 1.4.2 Concepto de desarrollo turístico sustentable
  - 1.4.3 Características de una empresa de turismo alternativo
- 1.5. 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 PUBLICITARIA 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. Mezcla de Mercadotecnia
  - 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 (enfatar)
  - 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
  - 3.5.5 Plan RRPP
    - a. Actividades que van a realizar
    - b. selección de los vehículos para ejercer las RRPP
  - 3.5.6 Ventas Personales
    - a. Estrategias de ventas
    - b. Estructura de la fuerza de ventas

#### **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

#### **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 y video

**LAS FECHAS DE ENTREGA DE CADA CAPÍTULO SERÁN ACORDADAS POR LOS DOCENTES QUE IMPARTEN LAS MATERIAS**