

PROGRAMA EDUCATIVO DE TURISMO

PROYECTO INTEGRADOR  
TERCER CUATRIMESTRE – PROGRAMA EDUCATIVO DE TURISMO  
Mayo – Agosto 2016

ÍNDICE GENERAL

“FIESTAS PATRONALES DEL VALLE DEL MEZQUITAL –  
TRADICIÓN, DEVOCIÓN E IDENTIDAD”

**Competencia**

Administrar la operación de las organizaciones turísticas a través de herramientas y técnicas especializadas, verificando el cumplimiento de los estándares establecidos para contribuir a la diversificación de la oferta turística y el desarrollo del sector.

**Objetivo general**

Promover a través del turismo cultural las fiestas patronales que se llevan a cabo en determinadas comunidades del Valle del Mezquital mediante una investigación y el desarrollo de una visita de familiarización a la fiesta popular “La Guelaguetza” de Oaxaca, en julio 2016.

**Objetivo del cuatrimestre**

Diseñar e implementar recorridos turísticos culturales con el propósito de difundir y preservar las tradiciones, devoción e identidad del patrimonio inmaterial que comprenden las festividades de cuatro municipios del Valle del Mezquital, para coadyuvar a la diversificación del sector.

**INTEGRADORA** (Digital en Word y PDF)

- A. Portada (logotipos, título, grado, grupo, integrantes, asesores y fecha)
- B. Índice (tabla de contenido Word)
- C. Introducción general (mínimo una cuartilla y se cita lo que contiene el documento, puede ser por capítulo)
- D. Protocolo (del proyecto)
  - Planteamiento del problema
  - Justificación
  - Objetivo general (es el cuatrimestral citado arriba)
  - Objetivos específicos (mínimo tres)
  - Marco teórico por cada asignatura (desarrollo básico de los temas incluidos en el presente proyecto por asignatura)
    - Información del Contexto histórico, arquitectónico y cultural de cada lugar investigado (por grupo)
    - Capital Humano: Descripción de puestos, análisis de puestos concepto e importancia e instrumentos de análisis de puestos.
    - Agencia de Viajes: Concepto de AAVV, clasificación, características, funciones, servicios que ofrecen, paquete turístico y desglose del producto turístico.
    - Establecimiento de Alimentos y Bebidas: Antecedentes históricos y evolución de la

11/06/17  
Haidi

Yesenia Mendoza Cruz

Abigail Mendoza Trejo

Enrique Meza

Cic Alberto Acevedo Montes  
3-A  
Civico



- gastronomía de la región. Definición y/o concepto de los establecimientos de AyB. Conceptos fundamentales de los establecimientos de AyB. Clasificación de los establecimientos de AyB. Tipos de establecimiento de AyB. Tipos de servicios.
- Operaciones Contables: Conceptos de costos, inversiones, gastos y precios, e incluir la clasificación de cada uno. Compras concepto y procedimiento de las compras.
  - Comercialización: Concepto de Comercialización, mezcla de promoción, fidelización del cliente y CRM.
  - Formación Sociocultural III: Conceptos de liderazgo, toma de decisiones y negociación.

Cronograma de actividades: de la planeación y ejecución del proyecto.

Cuerpo del proyecto o desarrollo del producto turístico (recorridos turísticos)

## 1. CAPITAL HUMANO

1.1 Diseño de la estructura organizacional de los departamentos (organigrama)

1.2 Definición de las funciones departamentales del personal – estudiantes:

1.2.1 Determinar requerimientos de personal (perfil de puestos)

1.2.2 Descripción de puestos

1.3 Reglamentos departamentales

1.4 Procedimientos departamentales

1.4.1 Estructura de procedimiento por departamento

## 2 AGENCIA DE VIAJES

2.1 Aspectos generales de la agencia de viajes

2.1.1 Concepto y tipo

2.1.2 Nombre, logotipo y eslogan (concurso)

2.1.3 Justificación

2.1.4 Misión y Visión

2.1.5 Objetivo general

2.1.6 Objetivos específicos (mínimo 3)

2.2 Aspectos específicos

2.2.1 Segmento de mercado al que se enfoca o mercado meta (padres de familia)

2.2.2 Estructura organizacional de la AAVV(organigrama)

2.2.3 Descripción de funciones y perfil de puestos de la AAVV.

2.2.4 Equipamiento y presupuesto

2.3 Diseño del producto a vender

2.3.1 Recorrido turístico (croquis detallado)

2.3.2 Narración detallada de cada recorrido:

2.3.2.1 Festividades

2.3.2.2 Itinerario del recorrido

2.3.2.3 Degustación de alimentos y bebidas de la región

Handwritten signature and date: 11/05/16

Handwritten signature: Yesenia Mendoza Cruz

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature and date: 11/05/16



### 3 ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS (montaje)

#### 3.1 Áreas funcionales de un establecimiento de AyB.

3.1.1 Descripción de las áreas que conformarán el servicio ofrecido en complemento del proyecto.

#### 3.2 Equipamiento del establecimientos de Ay B del proyecto

3.2.1 Equipamiento mayor-menor

#### 3.3 Tipos de servicio (descripción detallada incluyendo imágenes)

3.3.1 Tipo de servicio, adaptación del servicio-instalaciones proyectadas para el trabajo.

### 4 OPERACIONES CONTABLES

4.1 Identificar los costos, inversiones, gastos y determinar el precios de los recorridos turísticos (por persona y/o equipo de turistas), graficar punto de equilibrio y determinar el precio de venta de los recorridos.

4.2 Elaboración de estados financieros mostrando la situación financiera y pérdidas o ganancias del recorrido turístico.

#### 4.3 Compras

4.3.1 Elaborar el procedimiento de compras, incluir la referencia o citas de autor(es) y comparar con la forma en que compraron los insumos para el proyecto.

### 5 COMERCIALIZACIÓN

5.1 Imagen del producto Recorrido Turístico (nombre, logotipo y slogan)

5.2 Estrategias y herramientas de promoción (incluir diseños y justificación de cada elemento)

5.2.1 Publicidad

5.2.2 Promoción de ventas

5.2.3 Relaciones Públicas

5.2.4 Ventas personales

5.2.5 Marketing directo

**Nota: no es necesario desarrollar todas las estrategias, únicamente las que convengan al proyecto.**

5.3 Calendarización de medios

5.4 Seguimiento al cliente

5.4.1 Identificación del grado de satisfacción del cliente a través la aplicación de cuestionario (durante la ejecución del evento)

5.4.2 Cuantificación, análisis de los resultados y conclusión.

5.5 Programa de fidelización

5.5.1 Selección del cliente leal

5.5.2 Acciones de fidelización del cliente

5.5.3 Estrategias de comunicación con el cliente leal

## 6 FORMACIÓN SOCIOCULTURAL

### 6.1 Liderazgo y toma de decisiones

- 6.1.1 Esquema de la práctica de liderazgo, poder y autoridad (ejercidos durante el desarrollo del proyecto integrador)
- 6.1.2 Cuadro comparativo de los liderazgos naturales o formales ejercidos durante el desarrollo del proyecto integrador.
- 6.1.3 Definir el tipo de liderazgo ejercido dentro del mismo proyecto, con explicación a través de un Grill Gerencial.

### 6.2 Negociación y toma de decisiones

- 6.2.1 Análisis de los conflictos presentados durante el desarrollo del proyecto y citar cómo se resolvieron.
- 6.2.2 Descripción minuciosa de las negociaciones realizadas, indicando la(s) técnica(s) de negociación empleada(s).

Conclusión general (una cuartilla)

Bibliografía (en APA)

Anexos

- Inventario turístico de las festividades de los municipios investigados (compartir información para presentar un solo inventario cada grupo)
- Cuestionario para medir la satisfacción del cliente.
- Foto galería (en cada imagen deberá incluir título y al pie fuente)
- Video evidencial por recorrido turístico.

