



UNIVERSIDAD DE SONORA
Unidad Regional Centro
División de Ciencias Económicas y Administrativas
Departamento de Contabilidad
Licenciatura en Turismo

Asignatura: Desarrollo de productos Competitivos			Clave: (ESCOLARES)
Antecedente: NA		Consecuente: NA	
Créditos: 6	Modalidad: Semipresencial	Horas Semana: 3	Horas curso: 48
Modalidad enseñanza-aprendizaje: seminario		Departamento de Servicio:	
Eje de formación: Profesional			
Competencias específicas a desarrollar: COMPETENCIA 1 – Diagnostica procesos sociodemográficos, políticos y culturales que influyen en el desarrollo turístico. COMPETENCIA 2 – Planea y diseña proyectos turísticos que responden al diagnóstico de la problemática social. COMPETENCIA 3 – Administra recursos y evalúa proyectos turísticos a partir de un diagnóstico integral. COMPETENCIA 4 – Identifica y diagnostica el impacto de los factores sociales, ambientales y territoriales en el desarrollo del turismo. COMPETENCIA 5 – Gestiona organizaciones turísticas mediante el diseño de planes de negocios, la administración de sistemas en la operación de los servicios turísticos y dirige organizaciones.			

Introducción:

La asignatura “Desarrollo de productos competitivos” proveerá al alumno de herramientas y conocimientos que le permitan evaluar la pertinencia en cuanto a la implementación de un producto turístico basado en las tendencias del mercado y las demandas de los mismos. Se toma como guía principal para la evaluación de dicha pertinencia las herramientas desarrolladas por la dependencia principal responsable del sector a nivel nacional. De tal manera que:

En la unidad I.- Se describe la descripción de atractividad del mercado, las fuerzas que influyen en la misma, así como las condiciones de funcionamiento de las empresas del sector.

La unidad II.- Se introduce al alumno la elección del portafolio de negocios turísticos, las matrices que componen su evaluación, las estrategias, los factores de éxito y el desarrollo del producto.

En la Unidad III.- Se describen los elementos para la identificación de oportunidades para los nuevos negocios, iniciando con la evolución de las necesidades del turista.

En la relación con la unidad temática IV.- Se presentan varios casos locales, regionales, nacionales e internacionales para su análisis que permitan la discusión.

Propósito:

La asignatura pertenece al eje profesionalizante, se imparte dentro de los primeros cinco semestres y será de carácter optativa. El principal propósito es proporcionar a los estudiantes las herramientas necesarias para la realización de un estudio de pertinencia para el desarrollo de un producto turístico, considerando una variedad de factores que condicionan su éxito.

Objetivo General:

Es capaz de desarrollar un análisis de pertinencia para la implementación de un producto turístico competitivo de acuerdo a las condiciones del mercado dentro del sector y, sumando a ello, las variantes que pueden determinar su éxito o fracaso.

Objetivos Específicos:

1. Conocer y analizar el mercado.
2. Analizar la pertinencia del producto.
3. Análisis y elección del portafolio de negocios, identificación de oportunidades para nuevos negocios
4. Análisis de casos de éxito y/o fracaso a nivel local, regional, nacional e internacional

Unidades de competencia:**Unidad de competencia I. ATRACTIVIDAD DEL MERCADO**

1. ¿Que es la atractividad del mercado?
2. ¿Que son las fuerzas competitivas?
 - Amenazas de ingreso de nuevos competidores
 - Amenazas de competidores actuales (rivalidad)
 - Amenaza de la aparición de sustitutos
3. Análisis de las 5 fuerzas a medir la atractividad del mercado
 - a. Diamante competitivo y sus fortalezas
 - b. Condiciones de funcionamiento de las empresas del sector.
 - Objetivos referentes a las condiciones de funcionamiento de las empresas del sector.
 - c. Condiciones de los factores de explotación turística
 - Objetivos referentes a los factores de explotación turística.
 - d. Condiciones de los sectores conexos y de apoyo
 - Objetivos referentes a las condiciones de los sectores conexos y de apoyo.
 - e. Condiciones de la demanda captada por el destino
 - Objetivos referentes a las condiciones de la demanda captada por el destino.

Unidad de competencia II. ELECCIÓN DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS TURÍSTICOS.

- a. ¿Que es el portafolio de negocios?
- b. Matrices de portafolio
 - Tipos de matrices de atractividad/competitividad
 - Matriz BCG
 - Matriz GE4
 - Otras
- c. Opciones estratégicas
 - Producto existente/mercado existente
 - Producto existente/ mercado nuevo
 - Producto nuevo/ mercado existente
 - Producto nuevo/mercado nuevo
- d. Factores de éxito en los mercados turísticos
 - Viejos turistas/nuevos turistas
 - Viejo turismo/nuevo turismo
- e. Desarrollo de productos
 - Declive de los destinos turísticos
 - Integración de Componentes dispersos
 - Desarrollo de productos comerciales
 - Concepto
 - Necesidad de estructurar paquetes comerciales
 - Los nuevos tour operadores especializados

Unidad de competencia III. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA NUEVOS NEGOCIOS

- a. Evolución de las necesidades del turista
- b. Valorar el atractivo del mercado
- c. Evaluar la posición competitiva de la oferta
- d. El mix del productos/mercados
- e. Directrices para estructurar nuevos productos
 - Objetivos
 - Concepto
 - Estructuración del producto
 - Mix del servicio
 - Diseño del proceso de prestación
- f. Gestión y comercialización del producto
- g. Los actores y sus roles
- h. Destination management organizations
- i. Los agentes comerciales

Unidad de competencia IV. CASOS DE DESARROLLO DE PRODUCTO

- a. Ecoturismo
- b. Turismo de Salud
- c. Turismo de aventura
- d. Eventos especiales
- e. Turismo cultural
- f. Turismo científico
- g. Turismo incluyente
- h. Ento-turismo
- i. Turismo rural
- j. Ranchos turísticos
- k. Turismo espacial

<p>I. Programas de desarrollo para la competitividad turística de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guanajuato • Veracruz • Aguascalientes • Puebla • México – Distrito Federal • Madrid • Brasil • Chile • Argentina • Otro • Rutas temáticas locales, nacionales e internacionales • Ciudades turísticas 											
<p>Evaluación: criterios generales para la acreditación del curso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La evaluación del curso se compone de los siguientes conceptos: <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>Asistencia (al menos el 90% del total de clases)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Participación</td> <td style="text-align: right;">10%</td> </tr> <tr> <td>Trabajos individuales</td> <td style="text-align: right;">25%</td> </tr> <tr> <td>Practica final (se entregara la última semana)</td> <td style="text-align: right;">40%</td> </tr> <tr> <td>Exámenes</td> <td style="text-align: right;">25%</td> </tr> </table> 		Asistencia (al menos el 90% del total de clases)		Participación	10%	Trabajos individuales	25%	Practica final (se entregara la última semana)	40%	Exámenes	25%
Asistencia (al menos el 90% del total de clases)											
Participación	10%										
Trabajos individuales	25%										
Practica final (se entregara la última semana)	40%										
Exámenes	25%										
Bibliografía	Tipo (básica o complementaria)										
Secretaría de Turismo. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. (1998). Cómo desarrollar productos turísticos competitivos. Serie de documentos técnicos. Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística. Vol.3. México. SECTUR. Gobierno Federal.	Básica										
Secretaría de Turismo. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. (1998). Competitividad y desarrollo de productos turísticos exitosos. Serie de documentos técnicos. Vol.1. México. SECTUR. Gobierno Federal.	Básica										
Secretaría de Turismo. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. (2004). Introducción al ecoturismo comunitario. Serie de documentos técnicos. México. SECTUR. Gobierno Federal. ISBN: 968-817-590-0	Complementario										
Secretaría de Turismo. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. (2004). Competitividad. Marketing competitiva. Serie de documentos técnicos. Vol.4. México. SECTUR. Gobierno Federal.	Básica										
Secretaría de Turismo. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. (2004). Agrupamientos turísticos competitivos en México (Clusters turísticos). Serie de documentos técnicos. Vol.5. México. SECTUR. Gobierno Federal.	Básica										
Secretaría de Turismo. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. (2004). Atractividad de los mercados turísticos y sus fortalezas del destino. Serie de documentos técnicos. Vol.2. México. SECTUR. Gobierno Federal.	Básica										

Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2006). <i>Requisitos y especificaciones de sustentabilidad del ecoturismo</i> . México (NMX-AA-133-SCFI-2006): Gobierno Federal. SEMARNAT.	Complementaria
Secretaría de Turismo. (1999). <i>Manual para la identificación, formulación y evaluación de empresas de turismo rural en México</i> . CESTUR –SECTUR. México. Gobierno Federal. SEMARNAT.	Complementaria
Plan Nacional de Desarrollo (2013- 2018). Gobierno de la República. Recuperado de: http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/01/programa_turismo.pdf	Básico
Roura, H., Cepeda, H. (1999-12) Manual de identificación de proyectos de turismo rural. CEPAL. Recuperado de http://hdl.handle.net/11362/5557	Complementaria

Desarrollo de las competencias

Resultados del aprendizaje	Actividades educativas	Volumen de trabajo del estudiante calculado en horas	Evaluación
SEMANA 1			
Sabr� reconocer la atractividad del mercado	Exposición del docente fomentando la participación del alumno	6	Participación
SEMANA 2			
Sabr� reconocer la atractividad del mercado	Exposición del docente fomentando la participación del alumno	6	Participación
SEMANA 3			
Sabr� reconocer la atractividad del mercado	Exposición del docente fomentando la participación del alumno	3	Participación y exposición
SEMANA 4			
Podrá ser capaz de analizar y proponer un portafolio de negocios, establecer estrategias adecuadas, analizar los factores de éxito y fracaso y desarrollar propuestas de negocios de acuerdo a los datos trabajados.	Exposición del docente e investigación de los alumnos	6	Presentación de propuesta para desarrollo de su portafolio. Equipo de máximo tres personas
SEMANA 5			
Podrá ser capaz de analizar y proponer un portafolio de negocios, establecer estrategias adecuadas, analizar los factores de éxito y fracaso y desarrollar propuestas de negocios de acuerdo a los datos trabajados.	Exposición del docente e investigación de los alumnos	6	Presentación de propuesta para desarrollo de su portafolio. Equipo de máximo tres personas
SEMANA 6			
Podrá ser capaz de analizar y proponer un portafolio de negocios, establecer estrategias adecuadas, analizar los factores de éxito y fracaso y desarrollar propuestas de negocios de acuerdo a los datos trabajados.	Asesoría del docente. Trabajo de Investigación y exposición de los alumnos	5	Corrección de propuestas de la presentación de propuesta para desarrollo de su portafolio. Equipo de máximo tres personas
SEMANA 7			
Analizado las variantes que determinan el éxito o fracaso de un producto turístico, podrá determinar las oportunidades reales de sus propuestas. Identificación de las oportunidades para nuevos negocios.	Exposición del docente	6	Participación
SEMANA 8			
Analizado las variantes que	Exposición del docente	4	Participación

determinan el éxito o fracaso de un producto turístico, podrá determinar las oportunidades reales de sus propuestas. Identificación de las oportunidades para nuevos negocios.			
SEMANA 9			
Analizado las variantes que determinan el éxito o fracaso de un producto turístico, podrá determinar las oportunidades reales de sus propuestas. Identificación de las oportunidades para nuevos negocios.	Exposición parte del docente impulsando la participación de los alumnos	5	Participación y entrega de resumen. Cuadro sinóptico. Individual. Selección del producto y justificación de su selección.
SEMANA 10			
Utilizará las experiencias obtenidas a diferentes escalas (locales, regionales, nacionales e internacionales) para tomar decisiones en la identificación de los productos. Estudios de caso.	Exposición parte del docente	5	Trabajo de investigación. Tabla comparativa.
SEMANA 11			
Utilizará las experiencias obtenidas a diferentes escalas (locales, regionales, nacionales e internacionales) para tomar decisiones en la identificación de los productos. Estudios de caso.	Exposición del docente.	6	Participación
SEMANA 12			
Utilizará las experiencias obtenidas a diferentes escalas (locales, regionales, nacionales e internacionales) para tomar decisiones en la identificación de los productos. Estudios de caso.	Exposición del docente. Exposición por equipos de portafolios	6	Exposición por parte de los equipos formados por los alumnos. Presentación de su portafolio de negocios. Equipo de trabajo.
SEMANA 13			
Utilizará las experiencias obtenidas a diferentes escalas (locales, regionales, nacionales e internacionales) para tomar decisiones en la identificación de los productos. Estudios de caso.	Exposición del docente. Exposición por equipos de portafolios	6	Exposición por parte de los equipos formados por los alumnos. Presentación de su portafolio de negocios. Equipo de trabajo.
SEMANA 14			
Es capaz de establecer medidas para analizar la pertinencia de sus propuestas para el desarrollo	Asesoría por equipos por parte del docente.	6	Presentación en equipos de portafolios de negocios y su

de proyectos competitivos			justificante – análisis por escrito
SEMANA 15			
Es capaz de establecer medidas de para analizar la pertinencia de sus propuestas para el desarrollo de proyectos competitivos	Asesoría por equipos por parte del docente.	6	Presentación en equipos de portafolios de negocios y su justificante – análisis por escrito
SEMANA 16			
Utiliza de forma integral el conocimiento adquirido para el desarrollo de propuestas de negocios turísticos competitivos.	Asesoría del docente (formato de presentación, planos, fotografías, listas, software, anexos, otros)	10	Entrega del portafolio de negocios realizado por equipos como trabajo final debidamente fundamentado.