

**GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE OAXACA
INSTITUTO ESTATAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA DE OAXACA
COORDINACIÓN GENERAL DE PLANEACIÓN EDUCATIVA
COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR**

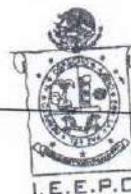
PROGRAMA DE ESTUDIOS

NOMBRE DE LA ASIGNATURA DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMPETITIVOS II

CICLO	CLAVE DE LA ASIGNATURA	TOTAL DE HORAS
CUARTO SEMESTRE	MT-07	72

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA El alumno aprenderá a formular y evaluar un producto turístico competitivo, diseñado en base a los requerimientos mismos de la competitividad.

TEMAS Y SUBTEMAS 1. ANTECEDENTES LEGALES DE LA COMPETITIVIDAD EN LA REPÚBLICA MEXICANA 1.1. Breve Historia de la competitividad Turística en México 1.2. La Ley de Planeación 1.3. El Plan Nacional de Desarrollo y los ejes rectores relacionados a la competitividad 1.4. El Plan Sectorial de Turismo 1.5. El Plan Estatal de Desarrollo 1.6. El Plan Municipal de Desarrollo 1.7. El Plan Turístico Municipal 1.8. La Ley para el Desarrollo de la competitividad de la Micro, Pequeña y mediana Empresa 1.9. Ley Federal de competencia económica 2. TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS ENFOCADAS AL MANEJO DE LA COMPETITIVIDAD 2.1. Calidad 2.2. Benchmarking 2.3. Planeación Estratégica 2.4. Estudios de Ventajas Comparativas y competitivas 2.5. Manejo de Factores de la producción competitivos 3. PLAN DE NEGOCIO (PRESENTACIÓN DE PROYECTO). 3.1. Resumen ejecutivo 3.1.1. Sector en el que se realiza el proyecto 3.1.2. Líneas de negocio detectadas 3.1.3. Bases de crecimiento



COORDINACIÓN
GENERAL DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR

I. E. E. P. O

- 3.1.4. Índices de evaluación financiera
- 3.2. Antecedentes o justificación
 - 3.2.1. Origen o motivación para el desarrollo de la idea u oportunidad de negocio
 - 3.2.2. Planeación estratégica de nuestro proyecto
 - 3.2.2.1. Misión
 - 3.2.2.2. Visión
 - 3.2.2.3. Objetivos
 - 3.2.2.4. Análisis SWOT
- 3.3. Modelo de Negocio ¿Qué ventaja competitiva tenemos?
 - 3.3.1. Ventajas tanto tecnológicas y prospectivas
 - 3.3.2. Descripción y orientación del negocio
 - 3.3.3. Definición del producto, servicio, proceso o material
 - 3.3.4. Viabilidad en las condiciones actuales
 - 3.3.5. Detalle de todas las líneas de negocios, e ingresos asociados
 - 3.3.6. Estrategias genéricas del negocio
- 3.4. Análisis del estructural del sector en donde se desarrollará el proyecto
 - 3.4.1. Reconocimiento de la atractividad del sector
 - 3.4.2. Barreras de entrada
 - 3.4.3. Poder de negociación del proveedor
 - 3.4.4. Amenaza o sustitución
 - 3.4.5. Poder de negociación del comprador
 - 3.4.6. Determinantes de la rivalidad
- 3.5. Mercado
 - 3.5.1. Segmento del mercado en el que participará
 - 3.5.2. Identificación del mercado meta
 - 3.5.3. Competitividad esperada de la organización con respecto al mercado en donde actuará.
 - 3.5.4. Pronóstico de demanda
- 3.6. Elementos de Mercadotecnia
 - 3.6.1. Atributos del producto
 - 3.6.2. Establecimiento de precios
 - 3.6.3. Establecimiento de imagen corporativa
 - 3.6.4. Determinación de los canales de distribución y promoción
 - 3.6.5. Diferenciación y posicionamiento esperado
- 3.7. Organización y operaciones
 - 3.7.1. Estructura de la organización
 - 3.7.2. Descripción de funciones de los actores
 - 3.7.3. Identificación de perfiles
 - 3.7.4. Organigrama funcional
 - 3.7.5. Políticas de trabajo
 - 3.7.6. Procesos críticos



COORDINACIÓN
GENERAL DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR

I.E.E.P.O.

3.8. Aspectos financieros, capitalización, gastos iniciales y plan financiero

3.8.1. Presupuesto de inversión y financiamiento

3.8.2. Estados financieros proforma Estado de resultados, balance General y flujo de efectivo

3.8.3. Evaluación de nuestro proyecto

3.8.3.1. Valor del dinero en el tiempo

3.8.3.2. Costo del Capital

3.8.3.3. Técnica del Valor presente

3.8.3.4. Determinación del Valor presente neto

3.8.3.5. Determinación del tiempo de recuperación

3.8.3.6. TIR

3.8.3.7. Análisis financiero

3.9. Aspectos de Riesgo

3.9.1. Leyes vinculadas a nuestro proyecto y que deben de atenderse.

3.9.2. Otros factores de riesgo.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Exposición del profesor.

Estudios de casos.

Casos prácticos.

Redacción de ensayos.

Lectura y análisis de artículos.

Trabajo final.

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Actividades de clase 10%.

Trabajos prácticos 10%.

Perfil del proyecto de investigación de mercado 10%.

Entrega y presentación del trabajo final 50%.

Examen 20%.

La suma de todos los criterios y procedimientos de evaluación y acreditación deberá integrar el 100% de la calificación.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

1. Coss Bu, Raúl. Análisis y evaluación de proyectos de inversión. 2ª ed. Limusa. México, 2001.
2. Nassir, Sapag Chain. Preparación y Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill.
3. Baca Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos, Análisis y Administración de Riesgo. Mc Graw Hill. México, 2001.
4. Hernández Hernández, Abraham. Formulación y evaluación de proyectos de inversión. 4ª Ed. ECAFSA: International Thomson Editores. México, 2001.
5. Finnerty, John D. Financiamiento de proyectos: técnicas modernas de ingeniería económica. Prentice Hall: Pearson Educación. México, 1998.



COORDINACIÓN
GENERAL DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR

I. E. E. P. O

6. Gitman, Lawrence J. Principios de administración financiera. 8ª ed. Addison Wesley Ibero: Pearson Educación. México, 2000.
7. Ross, Stephen A., Randolph W. Westerfield y Jeffrey Jaffe. Finanzas corporativas. 2ª ed. McGraw Hill Interamericana. México, 2002.

PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE

Maestro o Doctor en Administración de Empresas Turísticas, Gestión de la Calidad, Mercadotecnia, Estadística o especialidades afines a la materia.



COORDINACIÓN
GENERAL DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR