

OBJETIVO:

Realización de prácticas en empresas e instituciones del sector turístico

S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4
1	ENCUADRE	UNIDAD I ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES	1.1.- Descripción de los perfiles de consumidores actuales de la empresa.	1.1.- Descripción de los perfiles de consumidores actuales de la empresa.
2	1.2.- Búsqueda de los perfiles de clientes potenciales.	1.2.- Búsqueda de los perfiles de clientes potenciales.	1.3.- Determinación y descripción de segmentos atractivos para la empresa.	1.3.- Determinación y descripción de segmentos atractivos para la empresa.
3	1.4.- Clientes fieles//fuga de clientes.	1.4.- Clientes fieles//fuga de clientes.	1.4.- Clientes fieles//fuga de clientes.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
4	EXAMEN 1a. UNIDAD	UNIDAD II ANALISIS DE LA COMPETENCIA	2.1.- Competencia en sentido estricto.	2.1.- Competencia en sentido estricto.
5	2.1.- Competencia en sentido estricto.	2.2.- Competencia en sentido amplio.	2.2.- Competencia en sentido amplio.	2.2.- Competencia en sentido amplio.
6	2.3.- Evaluación y comparación de la empresa con la competencia.	2.3.- Evaluación y comparación de la empresa con la competencia.	2.3.- Evaluación y comparación de la empresa con la competencia.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
7	EXAMEN 2a. UNIDAD	UNIDAD III DESARROLLO DE ESTRATEGIAS	3.1.- Observación de las principales líneas de actuación en comunicación, precios y distribución de los productos.	3.1.- Observación de las principales líneas de actuación en comunicación, precios y distribución de los productos.
8	3.2.- Debates con el responsable sobre el diagnóstico estratégico y las aplicaciones observadas.	3.2.- Debates con el responsable sobre el diagnóstico estratégico y las aplicaciones observadas.	3.2.- Debates con el responsable sobre el diagnóstico estratégico y las aplicaciones observadas.	3.3.- Coordinación y colaboración entre empresas
9	3.3.- Coordinación y colaboración entre empresas	3.3.- Coordinación y colaboración entre empresas	3.4.- Servicio dentro de la empresa.	3.4.- Servicio dentro de la empresa.
10	3.5.- Participación en la puesta en práctica de alguna medida comercial concreta.	3.5.- Participación en la puesta en práctica de alguna medida comercial concreta.	3.5.- Participación en la puesta en práctica de alguna medida comercial concreta.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO

11	EXAMEN 3a. UNIDAD	UNIDAD IV SEGUIMIENTO DEL MERCADO	4.1.- Seguimiento post-compra.	4.1.- Seguimiento post-compra.
12	4.2.- Evaluación de los resultados y conclusiones de las actuaciones.	4.2.- Evaluación de los resultados y conclusiones de las actuaciones.	4.3.- Programa de fidelización.	4.3.- Programa de fidelización.
13	4.4.- Programa de quejas.	4.4.- Programa de quejas.	4.4.- Programa de quejas.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
14	EXAMEN FINAL			

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron) 2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla). 3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas. 4.-Propiciar Actividades de Interés dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones. 5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teóricamente.
---	---

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluación. 3. Exposiciones.
-----------------------------------	---

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
Trabajos Escritos	10%
Actividades aulicas	20%
Trabajos en plataforma educativa	20%
Examen	50%
Total	100%
Escala de calificación	7- 10
Mínima aprobatoria	7

NOTA:	En la planeación los exámenes aparecen siempre en día lunes, pero dependerá de la programación de la sub-dirección académica, y en esa semana se podrán hacer los cambios necesarios.
--------------	---