

**PROGRAMA EDUCATIVO:  
LICENCIATURA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO  
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**

**PROGRAMA DE ASIGNATURA: DISEÑO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS**

**CLAVE: E-DIET-2**

Propósito de aprendizaje de la Asignatura		El estudiante desarrollará experiencias turísticas innovadoras a través de metodologías ágiles, integración del tejido empresarial y comunitario para la diversificación de oferta, competitividad, así como el desarrollo sustentable de los destinos turísticos.			
Competencia a la que contribuye la asignatura		Diseñar productos y servicios turísticos experienciales a través de técnicas creativas de innovación, diagnósticos de vocación turística y proceso de comercialización para la competitividad, el desarrollo comunitario y diversificar la oferta turística.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad	Horas por semana	Horas Totales
Específica	5	6.56	Escolarizada	7	105

Unidades de Aprendizaje		Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
I.	La Innovación en Destinos Turísticos	7	8	15
II.	Diseño de experiencias turísticas	20	30	50
III.	Implementación y evaluación de las experiencias turísticas	15	25	40
<b>Totales</b>		<b>42</b>	<b>63</b>	<b>105</b>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
Estructurar productos y servicios turísticos experienciales a través del análisis de la vocación turística, investigación de mercado y técnicas creativas de innovación, alineados a la normatividad vigente, para generar valor y competitividad en la empresa	Determinar el potencial y vocación turística utilizando técnicas cualitativas, cuantitativas y metodología integral de evaluación para la toma de decisiones en la planeación y conformación del producto turístico.	<p>Elabora un reporte de potencial y vocación turística que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Diagnóstico del sitio.</li> <li>b) Evaluación del potencial. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuestionarios.</li> <li>- Criterios de evaluación</li> <li>- Sistemas de medición</li> </ul> </li> <li>c) Mapa de potencialidades turísticas.</li> <li>d) Vocación turística.</li> <li>e) Identificar las líneas potenciales (tipos de turismo) de negocio.</li> </ul>
	Integrar productos y servicios turísticos considerando la planeación estratégica, indicadores de turismo sostenible, vocación turística, en apego a la normativa, principios de economía social y solidaria para contribuir a la diversificación de la oferta de los destinos.	<p>Elabora una propuesta de productos y/o servicios turísticos que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caracterización</li> <li>- Ubicación</li> <li>- Servicios a ofertar</li> <li>- Investigación de mercado</li> <li>- Objetivo del estudio de mercado</li> <li>- Método de técnicas de investigación.</li> <li>- Recopilación de datos.</li> <li>- Análisis e interpretación de datos.</li> <li>- Informe de resultados</li> <li>b) Caracterización de la demanda.</li> <li>c) Análisis de la competencia <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perfil del turista y del visitante</li> <li>- Principios de la economía social y solidaria aplicables: Equidad, trabajo digno, cooperación, sostenibilidad ecológica, reparto justo de la riqueza y compromiso del entorno.</li> <li>- Análisis de criterios de sostenibilidad: Gestión de la empresa, impacto y beneficio económico-social, impactos y beneficios del patrimonio y del ambiente.</li> <li>- Matriz de la integración del producto turístico</li> </ul> </li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normativa aplicable</li> <li>- Referencias</li> </ul>
	<p>Proponer experiencias turísticas a partir del producto diseñado y las técnicas creativas de innovación para agregar valor y la diversificación de la oferta turística de los destinos.</p>	<p>Elabora un reporte de las características de productos y /o servicios turísticos experienciales que incluya:</p> <p>a) Descripción de la metodología aplicada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Design Thinking</li> <li>- Introducción (definir el reto de diseño)</li> <li>- Diseño del reto y empatía (mapas de empatía)</li> <li>- Definir (personas)</li> <li>- Idear (lluvia de ideas y convergencia)</li> <li>- Prototipado y Evaluación</li> <li>- Conclusiones</li> </ul> <p>b) Descripción detallada de las características de la experiencia, ventajas y calidad del producto o servicio.</p>
<p>Desarrollar planes de negocios considerando análisis de la oferta turística, atendiendo las necesidades del segmento de mercado objetivo y elaborando el estudio técnico, administrativo, ambiental, financiero y de impacto social para determinar la factibilidad de los productos y servicios turísticos.</p>	<p>Desarrollar propuesta de estudio técnico en productos y servicios turísticos experienciales a través del uso de herramientas tecnológicas innovadoras, análisis del producto, del proceso organizacional, mejora continua y sustentabilidad para contribuir con la competitividad de la organización y diversificar la oferta turística</p>	<p>Elabora un estudio técnico que incluya:</p> <p>a) Aspectos técnicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Especificación del producto o servicio.</li> <li>- Descripción del proceso del producto o servicio</li> <li>- Capacidad de carga.</li> <li>- Macro y micro localización</li> <li>- Requerimientos de instalaciones, maquinaria y equipos.</li> <li>- Requerimientos de capital humano.</li> <li>- Materias primas e insumos.</li> <li>- Normatividad</li> <li>- Costos</li> </ul> <p>b) Estudio administrativo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura jurídica</li> <li>- Tipo de sociedad.</li> <li>- Filosofía y estructura organizacional</li> <li>- Manual de perfil y descripción de puestos.</li> <li>- Plan de capacitación</li> </ul> <p>c) Estudio de impacto ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación preliminar de impacto ambiental</li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medidas de prevención y mitigación</li> <li>d) Acciones de gestión de calidad</li> <li>- Estándares y certificaciones de calidad</li> </ul>
--	--	--

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	I. La Innovación en Destinos Turísticos					
Propósito esperado	El estudiante detectará oportunidades de innovación de productos y servicios turísticos para la competitividad y desarrollo sustentable de empresas y comunidades.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	7	Horas del Saber Hacer	8	Horas Totales	15

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Contexto de la innovación en el turismo	<p>Explicar el concepto de innovación y su medición a nivel mundial a partir del Manual de Oslo.</p> <p>Diferenciar los conceptos de invención, innovación y creatividad</p> <p>Identificar la importancia de la innovación en el sector turístico y su impacto en el ámbito social, cultural, artístico y natural.</p>	<p>Valorar la innovación en productos y servicios turísticos como criterio de competitividad turística.</p>	<p>Actuar con ética y comunicación asertiva para contribuir de forma eficiente en el trabajo colaborativo.</p> <p>Desarrollar conductas de responsabilidad social y ambiental en su entorno para aplicar la creatividad e innovación en el desempeño de trabajo colaborativo.</p>
Tipos de innovación: Incremental, Evolutiva, Disruptiva, Radical	<p>Describir la innovación de productos y servicios en el sentido de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Novedad</li> <li>- Orientación al mercado</li> <li>- Visión de proceso</li> <li>- Enfoque organizacional</li> </ul>	<p>Determinar los tipos de innovación en productos y servicios turísticos</p>	<p>Asumir el respeto a la identidad cultural para su</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	Definir los tipos de innovación según el grado de cambio: Incremental, evolutiva, disruptiva y radical		aplicación en el desarrollo de proyectos de innovación.
Tendencias sustentables y oportunidades de negocio	<p>Describir las tendencias sustentables en el turismo e impacto en las economías locales</p> <p>Definir Iniciativas innovadoras sustentables y oportunidades de negocios: institucionales, sectoriales y empresariales</p>	Proponer iniciativas de innovación sustentable en empresas y comunidades.	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Trabajos de investigación Lluvia de ideas Discusión en grupo	Materiales impresos Equipo multimedia Internet Biblioteca digital Pintarrón Proyector	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
El estudiante Identifica la importancia, orientación, tipos y aplicación de la innovación en el sector turístico.	<p>A partir de la investigación de campo en un sitio turístico de la localidad, elabora un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre y ubicación del sitio turístico</li> <li>- Análisis de tipos de innovación aplicados</li> <li>- Tipo de innovación identificados</li> </ul>	Rúbrica Lista de cotejo

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Propuestas de innovación social, cultural, artística o natural</li><li>- Recomendaciones</li><li>- Conclusiones</li></ul>	
--	---	--

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	II. Diseño de Experiencias Turísticas					
Propósito esperado	El estudiante implementará metodologías innovadoras para identificar las oportunidades de mejora de productos y servicios e integrará experiencias turísticas en empresas y comunidades.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	20	Horas del Saber Hacer	30	Horas Totales	50

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Concepto y elementos de la experiencia turística	<p>Definir el concepto y dimensiones de la experiencia turística: absorción, inmersión, participación pasiva y participación activa.</p> <p>Identificar los elementos de la experiencia turística:                      Protagonista                      Acciones                      Espacio turístico                      Guiones,                      Narrativas y su secuencia                      Mediadores                      Elementos de mediación</p> <p>Definir las características de la experiencia turística:                      Integración múltiple de sentidos.                      Despertar Emociones Positivas</p>	<p>Determinar las ventajas de las experiencias turísticas como elementos de competitividad.</p> <p>Proponer la aplicación de características en experiencias turísticas</p>	<p>Desarrollar el pensamiento ético para su aplicación en el ejercicio de sus funciones.</p> <p>Desarrollar actitud creativa para realizar propuestas de mercadotecnia de vanguardia.</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	



	<p>(instrumentales, estéticas, sociales y de sorpresa)</p> <p>Dimensión humana</p> <p>interacciones con el entorno</p> <p>Shock sensorial</p> <p>Autenticidad</p> <p>Diversión</p> <p>Sociabilidad</p> <p>Autodescubrimiento y Transformación</p> <p>Distinguir casos de éxito de Experiencias Turísticas a nivel internacional, nacional y local</p>		
<p>Ciclo de experiencia de los servicios y Customer Journey Map</p>	<p>Identificar el ciclo de experiencia de los servicios: deseo de las personas, comparación, compra, consumo del servicio y reflexión</p> <p>Explicar conceptos clave de Customer Experience: experiencia, interacciones, touchpoints y momentos de verdad, sus tipos y usos.</p> <p>Comprender la importancia y el impacto del mapeo de experiencias</p> <p>Definir los fundamentos del mapeo de experiencias: punto de vista, esfuerzo, alcance y tipos de estructuras.</p> <p>Explicar la integración de un Customer Journey Map</p>	<p>Crear el ciclo de experiencia de un servicio turístico</p> <p>Diseñar Customer Journey Map de productos y servicios turísticos</p>	

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

<p>Retos para el diseño de productos y servicios</p>	<p>Relacionar los criterios del diseño de productos, servicios y logro de la innovación:  Deseabilidad  Viabilidad técnica  Factibilidad como negocio</p> <p>Identificar necesidades de los clientes y mercados.</p> <p>Describir el proceso de análisis de necesidades de los clientes o usuarios de servicios turísticos.</p>	<p>integrar los criterios de diseño de productos y servicios turísticos en el logro de la innovación</p> <p>Detectar necesidades de los usuarios.</p> <p>Proponer soluciones a las necesidades de servicios turísticos de los usuarios.</p>	
<p>Aplicación de Metodologías para diseño y propuesta de experiencias turísticas innovadoras</p>	<p>Identificar metodologías de innovación:  - Doble diamante: Descubrimiento del problema, Definición del problema. Desarrollo de la estrategia, Entrega de la solución  -Lean Start Up: aprendizaje en el incremento de valor continuado durante todo el proceso de desarrollo del producto, eliminación de prácticas innecesarias y contar con feedback del cliente.  -Forth Innovation Method: Sentar bases de la innovación, Observar y aprender: Plantear soluciones, Testear e Implementar en la empresa y mercado meta.  -Lean UX: Think, Make, Check  Intraemprendimiento  -JTBD: Jobs to be done</p>	<p>Diseñar propuestas de experiencias turísticas innovadoras con la metodología Design Thinking</p> <p>Desarrollar experiencias turísticas con sus elementos</p>	

<p><b>ELABORÓ:</b></p>	<p>DGUTYP</p>	<p><b>REVISÓ:</b></p>	<p>DGUTYP</p>	<p>F-DA-01-PA-LIC-45.1</p>
<p><b>APROBÓ:</b></p>	<p>DGUTYP</p>	<p><b>VIGENTE A PARTIR DE:</b></p>	<p>SEPTIEMBRE 2024</p>	

	<p>Reconocer la metodología de Design Thinking o Pensamiento de Diseño: Empatía, Definición. Ideación, Prototipado, Testeo</p> <p>Comprender los elementos de las propuestas de experiencias turísticas innovadoras:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Identificación del público meta: Tribus de viajeros como buscadores de experiencias, creadores de recuerdos, exploradores pioneros, tech fluncers</li> <li>-Tipos de público viajero: Milenials, De negocios, Viajero en familia, Viajero en solitario, Aventureros, De lujo, Digitales y de Bienestar</li> <li>-Objetivos de la experiencia</li> <li>-Guion de la experiencia</li> <li>-Narrativa de la experiencia</li> <li>-Cierre de la experiencia</li> <li>-Itinerario de la experiencia</li> <li>-Precio</li> </ul>		
Modelo Canvas	<p>Describir la metodología del modelo Canvas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Segmentar los mercados (clientes)</li> <li>-Describir la propuesta de Valor</li> <li>-Delimitar los canales de comunicación, distribución y de estrategia publicitaria</li> <li>-Establecer la relación con los clientes</li> <li>-Determinar las fuentes de ingresos -</li> <li>Identificar los activos y recursos claves</li> <li>-Definir las actividades claves</li> <li>-Definir la red de alianzas clave</li> </ul>	Diseñar modelos de negocios en experiencias turísticas.	

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

	-Estructurar costos		
--	---------------------	--	--

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	
Equipos colaborativos Aprendizaje basado en proyectos Lluvia de ideas	Materiales impresos Equipo multimedia Internet Pintarrón Proyector Herramientas tecnológicas	Laboratorio / Taller	
		Empresa	X

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
El estudiante desarrolla metodologías ágiles y diseña las experiencias turísticas innovadoras con modelo de negocio para empresas y comunidades.	<p>A partir de una visita a un sitio turístico, propone una experiencia turística innovadora que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Nombre del sitio</li> <li>-Identificación de productos innovadores por su ventaja competitiva en el sitio turístico</li> <li>-Descripción de los perfiles de turistas en el sitio seleccionado</li> <li>-Descripción del desarrollo de la Metodología de Design Thinking: <ul style="list-style-type: none"> <li>Mapa de empatía</li> <li>Definición de necesidades de usuarios</li> <li>Propuesta de soluciones a las necesidades de viaje de los usuarios</li> <li>Prototipo de ideas de experiencias turísticas innovadoras</li> </ul> </li> </ul>	<p>Rúbrica Lista de cotejo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

	<p>Evaluación de prototipos creados con la metodología Design Thinking</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descripción de la propuesta de la experiencia turística que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación del público meta:</li> <li>Tipos de público viajero</li> <li>Objetivos de la experiencia</li> <li>Guion de la experiencia</li> <li>Narrativa de la experiencia</li> <li>Cierre de la experiencia</li> <li>Itinerario de la experiencia</li> <li>Precio</li> </ul> </li> <li>- Modelo de negocios Canva</li> <li>- Conclusiones</li> </ul>	
--	--	--

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	III. Implementación y evaluación de las experiencias turísticas					
Propósito esperado	El estudiante desarrollará experiencias turísticas y su ciclo de vida para medir el impacto sustentable, la mejora continua y la competitividad de los destinos turísticos.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	15	Horas del Saber Hacer	25	Horas Totales	40

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Desarrollo de experiencias turísticas	<p>Describir el proceso de implementación de experiencias turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Integración del Tejido empresarial y alianzas estratégicas</li> <li>Lanzamiento de la experiencia</li> <li>Seguimiento de impactos y la sustentabilidad</li> <li>-Resolución de problemas imprevistos</li> </ul> <p>Identificar los impactos de una experiencia turística:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Empoderamiento femenino</li> <li>Transformación digital (fortalecimiento de estrategias comerciales, canales, posicionamiento o desarrollo de su producto turístico)</li> <li>Desarrollo de comunidades locales</li> <li>Restauración, rehabilitación o recuperación de ecosistemas</li> </ul>	<p>Evaluar la satisfacción de los usuarios de las experiencias turísticas.</p> <p>Evaluar el impacto de las experiencias turísticas en las localidades</p> <p>Categorizar experiencias turísticas del entorno que permiten al turista conocer los sitios de forma vivencial.</p>	<p>Asume con proactividad el desarrollo de trabajos de evaluación de proyectos para la mejora continua y el desarrollo de las empresas y comunidades.</p> <p>Desarrolla actitudes de liderazgo en la toma de decisiones para mejorar los entornos a través del trabajo colectivo con las comunidades y necesidades de las empresas turísticas.</p>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	SEPTIEMBRE 2024	

Ciclo de vida de producto o servicio experiencial (LCA)	<p>Identificar el Ciclo de vida del producto o servicio: introducción, crecimiento, madurez y declive</p> <p>Comprender la teoría del ciclo de vida de productos y servicios</p> <p>Describir herramientas de análisis de ciclo de vida de un producto: Matriz BCG Boston Consulting Group Análisis FODA.</p>	<p>Detectar el ciclo de vida de los productos y servicios turísticos</p> <p>Proponer estrategias de gestión en las etapas del ciclo de vida</p>	
Evaluación de las experiencias turísticas	<p>Describir las características de herramientas de evaluación de los usuarios: Encuestas de satisfacción del cliente Índice de percepción del cliente ( CSAT) (NPS)</p> <p>Definir indicadores de evaluación de la experiencia turística en empresas y comunidades</p>	<p>Documentar la medición del desempeño de los usuarios de la experiencia</p> <p>Evaluar el impacto de las experiencias turísticas en las comunidades y empresas turísticas</p>	

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Equipos colaborativos Aprendizaje basado en proyectos Practica situada	Materiales impresos Equipo multimedia Internet Biblioteca digital Pintarrón Proyector	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
El estudiante desarrolla el proceso de implementación de experiencias turísticas, herramientas de evaluación de los usuarios, indicadores y propone acciones de mejora continua.	<p>A partir del diseño de una experiencia turística, elabora un reporte de su implementación que contenga:</p> <p>Descripción del proceso de implementación de experiencias turísticas</p> <p>Descripción de problemas imprevistos presentados y las acciones de atención realizadas</p> <p>Descripción de ciclo de vida del producto o experiencia turística</p> <p>Indicadores de medición aplicados</p> <p>Resultados de la evaluación de la satisfacción de los usuarios</p> <p>Análisis de resultados de la experiencia turística, Conclusiones</p>	<p>Rúbrica</p> <p>Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	



Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional
Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico Licenciatura en Gestión de Negocios y Proyectos, Licenciatura en mercadotecnia o carrera afín	Habilidades en uso de herramientas didácticas para el proceso de enseñanza-aprendizaje, Manejo de tecnología educativa Manejo de grupos.	Diseñador de productos y servicios turísticos al menos 2 años. Experiencia como coordinador o director de turismo municipal, gerente de empresa de viajes o tour operadora turística. 2 años de experiencia docente.

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Luisa, Mariona	(2014)	Manual de Innovación para Empresarios y Directivos Turísticos	España Balears ét turismo	Baleares	ISBN: 9788498750225
Miquel Barceló Roca	2023	Distritos innovadores: Cómo diseñar e implementar la transformación de la ciudad del siglo XXI	Barcelona, España	Ediciones Pirámide	ISBN: 978-8436848182
Secretary-General of the OECD.	2018	Manual de Oslo	Paris / Eurostat, Luxemburgo European Unión		ISBN: 978-92-64-30455-0
Andrés, Silva Arancibia	2023	Innovación, Transformación Digital y Customer Experience: Líderes que Inspiran	Barcelona, España	Editorial Per	ISBN-13 978-6075965925
Mootee, Idris	2014	Design Thinking para la innovación	Barcelona, España		ISBN 978-84-92-921-06-5

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

Paul Hague, Nick Hague	2023	B2B Customer. Experience: A Practical Guide to Delivering Exceptional CX Kogan Page	London, New York. New Delhi	Kogan, Page	ISBN-13 978-1398608511
Nayra Llonch Molina	2019	"Marketing turístico y creación de experiencias"	Barcelona, España UOC	Universitat Oberta de Catalunya	ISBN: 9788491806562
Enrique Torres Bernier, Ana María Raya Mayo	2017	"Innovación y turismo: hacia una gestión de experiencias memorables"	Madrid, España	Editorial Pirámide	ISBN: 9788436838492
José Francisco, Domínguez Estrada	2024	Turismo De Experiencias Culturales	México	Edit. Porrúa	09786079910044
Ainara, Rodríguez Zulaica	2016	¿Cómo diseñar una experiencia turística?	España	Editorial UOC, S.L.	ISBN: 9788491165194
Costa López, Pilar 2017	2017	"Análisis del ciclo de vida de productos y servicios"	Madrid, España.	Editorial	ISBN: 9788416842363
Martí Ferré, Núria	2018	"Sostenibilidad y ciclo de vida de productos"	Sevilla, España	IC Editorial	ISBN: 9788490684338
González Rodríguez, Patricia	2021	"Evaluación del ciclo de vida en productos turísticos"	Valencia, España	Tirant Lo Blanch	ISBN: 9788413781078

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

Eduardo Parra López, Carlos García Hernández, Beatriz Plaza Casado: 2020	2020	"Diseño, gestión y evaluación de experiencias turísticas"	Madrid, España		ISBN; 9788491716502
Sonia Prieto Martín	2018	"Gestión de la experiencia del cliente en turismo"	Sevilla, España	IC Editorial	ISBN: 9788416176352

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo
World Tourism Organization	February 2023	Compilación de buenas prácticas del turismo indígena – Enfoque regional sobre las Américas Books	<a href="https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284424009">https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284424009</a>
OECD /Eurostat Oslo Manual	2018 2018	Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities.	<a href="https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm">https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm</a>
World Tourism Organization	2021	Guía de la OMT para una recuperación inclusiva – Impactos socioculturales de la COVID-19 Número 2: Turismo cultural	<a href="https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422722">https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422722</a>
World Tourism Organization	2021	Directrices de la OMT para una recuperación inclusiva – Impactos socioculturales de la COVID- 19 Tema 1: Personas con discapacidad	<a href="https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422418">https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422418</a>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	

World Tourism Organization	2020	Regional Report on Women in Tourism in the Middle East, UNWTO, Madrid.	<a href="https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422371">https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422371</a>
World Tourism Organization	2020	Experiences from Pilot Studies in Measuring the Sustainability of Tourism – A Synopsis for Policy Mak	<a href="https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284424047">https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284424047</a>

<b>ELABORÓ:</b>	DGUTYP	<b>REVISÓ:</b>	DGUTYP	<b>F-DA-01-PA-LIC-45.1</b>
<b>APROBÓ:</b>	DGUTYP	<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2024</b>	