



Programa de la asignatura

1. DATOS GENERALES

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	NIVEL DE FORMACIÓN	CLAVE DE LA ASIGNATURA	PRE-REQUISITOS	ÁREA DE FORMACIÓN	DEPARTAMENTO (S)
Viajes Creativos para Incentivos	Licenciatura	CU198	Gestión y Operación de Viajes	Optativa abierta	Departamento de Turismo, Recreación y Servicios
ACADEMIA	MODALIDAD	TIPO DE ASIGNATURA	CARGA HORARIA		
			TEORÍA	PRÁCTICA	TOTAL CRÉDITOS
Gestión Turística	Presencial	Curso - Taller	40	40	8

TRAYECTORIA DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura define su trayectoria en el origen del conocimiento sobre el turismo de reuniones, el cual se obtiene en el materia de Organización de Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones

PRESENTACIÓN

Hoy en día, los viajes de incentivos son mucho más que el sustituto del <sobre con dinero metálico> o el <lote de navidad> como forma de motivación de los trabajadores. La tendencia de este tipo de viajes es la de convertirse en una poderosa herramienta de marketing, así como en un instrumento eficaz no solo para premiar a los empleados más destacados, sino también para, entre otros aspectos: mejorar el ambiente, realizar acciones de formación, fidelizar a proveedores y clientes o fortalecer la imagen y marca corporativa.

Con base a lo anterior, se propuso incluir en el plan de estudios de la Licenciatura en Turismo de la Universidad de Guadalajara, esta asignatura, por medio de la cual, se pretende dotar de los conocimientos y habilidades que requiere un profesional de la empresa turística para desempeñarse con éxito en el ámbito laboral de los servicios

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Formular un proyecto de viajes de incentivo innovador para un colectivo de clientes de una empresa.

CONTENIDOS

Contenido
Temático

UNIDAD 1. TURISMO Y VIAJES DE INCENTIVOS**UNIDAD 2. EL MERCADO DE LOS VIAJES DE INCENTIVOS****UNIDAD 3. TENDENCIAS EN LOS VIAJES DE INCENTIVOS****UNIDAD 4. PROYECTO DE UN VIAJE DE INCENTIVOS CON RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Contenido
Desarrollado

UNIDAD 1 TURISMO Y VIAJES DE INCENTIVOS

Objetivo: Distinguir la relación entre el turismo y los viajes de incentivos.

1.1 Contextualización de la actividad turística.

1.2 Tipos de servicios integrados.

1.3 Definición y tipos de incentivos.

1.4 Desarrollo del turismo de incentivos.

 1.4.1 Objetivos, características.

 1.4.2 Marketing.

 1.4.3 Evolución.

 1.4.4 Sectores empresariales.

 1.4.5 Los destinos.

1.5 Fundamentos de los viajes de incentivo y el marco de trabajo.

 1.5.1 Tipos de viajes de incentivo: formativos, motivacionales, temáticos y premio.

1.6 ¿Por qué organizar viajes de incentivos?

1.7 Procesos de los viajes de incentivo.

1.8. Código Ético Mundial para el Turismo (OMT) Artículo 1 Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades. Fracciones 1,2 y 3.

UNIDAD 2 EL MERCADO DE LOS VIAJES DE INCENTIVOS

Objetivo: Interpretar las características del mercado de los viajes de incentivos

2.1. Segmento del mercado de viajes

2.2. Vocación turística

 2.2.1 Oferta de servicios y productos turísticos

 2.2.2 Marca turística

2.3 El Meeting Planner y el consumidor final

2.4 El viaje de incentivos como estrategia de marketing y benchmarking

 2.4.1 Ventajas competitivas y estrategias de mercado

UNIDAD 3 TENDENCIAS EN LOS VIAJES DE INCENTIVOS

Objetivo: Reconocer las tendencias de los viajes de incentivos

3.1 Aprovechamiento del viaje para formar empleadores

3.2 El efecto WOW

3.3 La moda del LOW COST

3.4 Una oportunidad del NETWORKING

3.5 Tendencias en los viajes de incentivos

UNIDAD 4. PROYECTO UN VIAJE DE INCENTIVOS CON RESPONSABILIDAD SOCIAL

Objetivo: Aplicar el proceso para la organización de viajes de incentivos con responsabilidad social.

4.1. Determinar objetivo y análisis del perfil del cliente.

4.2. Estudio de destino de sedes y los viajes de inspección

 4.2.1 Reconocimiento del destino: cultura, historia, lengua, gastronomía, etc.

4.3. Diseño del producto

4.4. Presentación de propuesta a clientes

4.5. Conociendo la empresa cliente, seguimiento y resultados

4.6. Consensos con los agentes sociales locales

4.7. Beneficios, involucramiento y participación de las comunidades locales

4.8. Presentación del proyecto final.

ACTIVIDADES PRACTICAS

La práctica de aproximación consiste en realizar trabajo investigativo para diseñar un producto de viaje de incentivos creativo e inédito para una empresa cliente.

METODOLOGÍA

El diseño de este programa se realiza con base al modelo educativo por competencias, donde el aprendizaje se centra en el alumno en quien se fomenta:

- la cooperación e instrucción colectiva
- la relación teórico – práctica
- la comunicación efectiva entre alumno – docente
- la individualización del aprendizaje por medio del reconocimiento de las diferencias entre alumnos y sus formas para aprender.
- la motivación y el desarrollo de habilidades de aprendizaje

EVALUACIÓN

Práctica de Aproximación 20%

Proyecto de investigación 60%

Lecturas y Tareas 20%

Total 100%

BIBLIOGRAFÍA

Libros / Revistas

Libro: Dirección Estratégica de Organizaciones Turísticas Casanueva Rocha, Cristobal (2012) Piramide No. Ed 1

ISBN: 9788436826180

Libro Improving Tourism and Hospitality Services Laws Erick (2012) CABI Publishing No. Ed 2

ISBN: 0861999956

Libro: Direccion Hotelera: Operaciones y Procesos, Talón Ballester, Pilar y Gonzalez Serrano, Lydia (2023) Trillas

ISBN: 9788413572418

Libro: Direccion de Alojamientos Turísticos, Dorado Juarez, Jose Antonio (2021)

ISBN: 9788428345740

Libro Neuromarketing: Organización de reuniones y eventos ADGG0108, Montedeoca Lopez Remedios (2024)

ISBN: 9788411842792

Libro:Las industrias creativas como herramienta para ampliar la mirada turística en los destinos Osácar Marzal, Eugeni - Salvador-Almela, Marta - Arcos-Pumarola, Jordi (2023) Ediciones Trea

ISBN: 9788419823809

Libro: Vectores de innovación sustentable: organizaciones y destinos turísticos inteligentes, Vargas Martínez, Elva Esther - Sánchez Valdés, Arlén - Delgado Cruz, Alejandro(2022) Ediciones y Gráficos Eón

ISBN: 9786078732791

Libro: Modelos sistémicos y sus implicaciones para el estudio de destinos turísticos: aplicaciones en casos locales , Vianey López Zapata, Ledys - Giraldo Velásquez, Claudia María - Franco Bravo, Azeneth Irazú (2020) Corporación Universitaria Remington

ISBN: 9789585287914

Libro: Factores de éxito en la competitividad de destinos turísticos en Boyacá, Rodríguez Moreno, Diana Cristina - Fonseca Sánchez, Patricia (2020) Editorial UPTC

ISBN: 9789586603423

Libro: Organización y prestación del servicio de recepción en alojamientos. UF0052, Urreta Okeranza, Eguzkiñe (2024) Editorial Tutor Formación

ISBN: 9788419189592

Libro: El turismo como actividad mercantil: principales relaciones negociales, González Cabrera, Inmaculada (2024) Dykinson

ISBN: 9788410704633

PERFIL DEL PROFESOR

Dominio de la materia.- experiencia profesional.- capacidad docente (saber impartir la materia dentro de un ambiente de confianza y cordialidad, que permita al alumno alcanzar un desarrollo profesional y personal idóneo).

NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE IMPARTEN LA ASIGNATURA

Silvia Lorena Lara Becerra
Código: 8717257

Alfonso Miguel Padilla Ojeda
Código: 9009434

LUGAR Y FECHA DE SU APROBACIÓN

Este programa se aprobó en la ciudad de Zapopan, Jalisco. El día 19 de Julio del 2016. Actualización del programa: 18 de julio de 2022. Docentes participantes en la actualización: Dra. Silvia Lorena Lara Becerra. Mtro. Oscar Márquez Dueñas. Última Actualización del programa realizada el 27 de enero de 2025. Docentes participantes: Dra. Silvia Lorena Lara Becerra. Mtro. José Manuel Quintero Villa. Mtro. Alfonso Miguel Padilla Ojeda.

INSTANCIAS QUE APROBARON EL PROGRAMA

Academia de Gestión Turística y Colegio Departamental del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio

ARCHIVO (DOCUMENTO FIRMADO)

ARCHIVO (DOCUMENTO FIRMADO)

Mtro. Carlos Eduardo Flores Cárdenas
Jefe del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio

**Departamento de Turismo
Recreación y Servicio**

Mtro. José Manuel Quintero Villa
Presidente de la Academia de Gestión Turística