



## BACHILLERATO TECNOLÓGICO EN TURISMO Programa de Estudio

### I. Identificación del curso:

<b>Escuela que lo imparte</b>	<i>Escuela Preparatoria Regional de Chapala Escuela Preparatoria Regional de Tequila Escuela Vocacional</i>
<b>Nombre del Módulo de Aprendizaje</b>	<i>TIC Aplicadas al Turismo</i>

Departamento	Academia	Tipo de módulo
<i>Socio Tecnologías</i>	<i>Aplicaciones Tecnológicas</i>	<i>Curso-taller</i>

Ciclo en que se ubica
<i>Quinto</i>

Fecha de elaboración
<i>30 de Julio de 2013</i>

Clave	Horas teoría	Horas práctica	Total de horas	Créditos
	<i>19</i>	<i>57</i>	<i>76</i>	<i>7</i>

<b>Área de formación</b>	<i>Básica Común</i>
--------------------------	---------------------

### II. Presentación:

Las tecnologías de información y comunicación (TIC) han permitido facilitar las labores administrativas en el ámbito turístico, abarcando desde la operatividad de servicios, hasta la promoción y la publicidad de destinos y puntos de interés. La finalidad de este módulo es que el alumno aplique dichas herramientas como alternativas modernas de comunicación y difusión de servicios y lugares de corte turístico a través de mecanismos tecnológicos con los que pueda abarcar público nacional e internacional.

La Unidad I ofrece al alumno una panorámica del estado de las TIC, de manera específica en el ámbito turístico y como este concepto ha transformado la forma de utilizar la información tanto de la parte administrativa, como de los propios consumidores de estos servicios.

La Unidad II nos presenta la forma en como se publicitan los servicios y destinos turísticos, como es su legislatura para asegurar la adquisición de un producto de calidad, así como la nueva forma de comprar por Internet, conocida como comercio electrónico, sin olvidarnos de los distintos medios en como es posible comunicarnos y enterarnos de la oferta de servicios en el ramo turístico.

La Unidad III proporciona las herramientas necesarias para publicitar un servicio o destino por medio de una página web, comenzando desde su diseño hasta su montaje, así como del modo de promocionar servicios a través de las redes sociales.



**III. Competencias:**

<b>Disciplinares</b>	<p><b>Comunicación</b>          12. Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para investigar, resolver problemas, producir materiales y transmitir información.</p> <p><b>Humanidades</b>          4. Distingue la importancia de la ciencia y la tecnología y su trascendencia en el desarrollo de su comunidad con fundamentos filosóficos.</p>
<b>Genéricas</b>	<p><b>Se expresa y comunica</b>          4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.          Atributos:          4.5. Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.</p> <p><b>Piensa crítica y reflexivamente</b>          5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.          Atributos:          5.6. Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.</p>

**IV. Propósito:**

Aplica nuevas tecnologías que le permita promocionar servicios y lugares dentro del sector turístico.

**V. Selección de estrategias de enseñanza aprendizaje para el desarrollo de competencias:**

Estrategia de enseñanza aprendizaje para el Módulo	Estrategia de enseñanza aprendizaje para la actividad integradora
<p>a. Aprendizaje Basado en Problemas            b. Estudio de casos            c. Aprendizaje Orientado a Proyectos</p>	<p>a. Aprendizaje Basado en Problemas            b. Estudio de Casos            c. <b>Aprendizaje Orientado a Proyectos</b></p>
<b>Descripción de la actividad integradora:</b>	<p>Diseño e implementación de una campaña publicitaria con distintas herramientas tecnológicas a través de Internet.</p>

**VI. Actividades de aprendizaje:**

<b>a. Unidades temáticas</b>
<p><b>I. Las TIC en el turismo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Origen y evolución de los sistemas automatizados dentro del turismo.</li> <li>• Impacto de las TIC en el turismo.</li> <li>• Principales aplicaciones de la informática dentro de la actividad turística.</li> <li>• Proyecto.</li> </ul>



<p><b>II. Gestión de la información</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad, mercadotecnia y su impacto en el turismo.</li> <li>• Comercio electrónico en empresas turísticas.</li> <li>• Uso adecuado de Internet.</li> <li>• Legislación del uso del Internet en el ámbito turístico.</li> <li>• Manejo de correo electrónico.</li> <li>• Proyecto (estudio de mercado).</li> </ul> <p><b>III. Herramientas de comunicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de información en entornos digitales.</li> <li>• Página web, sitio web y portal web.</li> <li>• Diseño de un sitio web.</li> <li>• Uso de medios sociales.</li> <li>• Proyecto.</li> </ul>
--

**b. Funciones de aprendizaje**

<b>Actividades de la Unidad I</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explica el origen y evolución de los sistemas automatizados dentro del turismo.</li> <li>• Describe el impacto de las TIC en el turismo.</li> <li>• Identifica las principales aplicaciones de la informática dentro de la actividad turística.</li> </ul>
<b>Actividades de la Unidad II</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Define el concepto de publicidad y mercadotecnia, así como su importancia en el turismo.</li> <li>• Distingue el concepto de comercio electrónico y su aplicación en empresas turísticas.</li> <li>• Discute el uso adecuado de Internet.</li> <li>• Busca los lineamientos de carácter legislativo del uso del Internet.</li> <li>• Emplea el correo electrónico como medio de comunicación dentro de la promoción turística.</li> </ul>
<b>Actividades de la Unidad III</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica entornos digitales para el manejo de información.</li> <li>• Clasifica los conceptos de página web, sitio web y portal web.</li> <li>• Diseña un sitio web para la promoción turística.</li> <li>• Emplea plataformas 2.0 como medio de comunicación en el turismo.</li> </ul>
<b>Actividad integradora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contextualiza el uso y aplicación de las TIC en su entorno social.</li> <li>• Diseña una campaña turística tomando en cuenta el uso y aplicación de las TIC.</li> <li>• Aplica una herramienta de comunicación para promover campañas turísticas.</li> </ul>

**c. Sub-funciones específicas de aprendizaje**

<b>Subfunciones de las actividades de la Unidad I</b>	<p><b>Docente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sugiere un caso sobre el origen de las computadoras, organiza en equipo a los alumnos y monitorea la actividad. Determina la dinámica para la presentación de información.</li> <li>• Introduce la situación problema, da seguimiento del trabajo del grupo, evalúa el progreso para elaboración del mapa conceptual. Determina la manera en cómo se comparte la información.</li> <li>• Propone información sobre aplicaciones utilizadas dentro del turismo, cuestiona al alumno sobre aquellas que conozca y monitorea al alumno</li> </ul>
---	--



	<p>en la búsqueda y selección de información.</p> <p><b>Alumno:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Determina lo que sabe y lo que no sobre el caso, busca información, la organiza y elabora una línea de tiempo en el que explica el origen y evolución de los sistemas automatizados dentro del turismo y comparte la información con sus compañeros.</li><li>• Busca información sobre la situación problema, elabora un mapa conceptual en el que describe el impacto de las TIC en el turismo y lo presenta al grupo.</li><li>• Analiza la información presentada por el docente, busca en medios impresos y electrónicos, información acerca de las principales aplicaciones de la informática dentro de la actividad turística. Elabora un PNI (positivo/negativo/interesante) sobre el tema y comparte la información.</li></ul>
<p><b>Subfunciones de las actividades de la Unidad II</b></p>	<p><b>Docente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introduce al alumno a través de varios casos donde se mencione a la publicidad y la mercadotecnia en distintos medios de comunicación, asesora en la búsqueda de información, elaboración del documento y determina la dinámica para la presentación de información.</li><li>• Cuestiona al alumno el concepto de comercio y lo relaciona con el ámbito tecnológico, guía en la búsqueda de información y determina la forma de presentación.</li><li>• Muestra al alumno algunas propuestas internacionales sobre el uso apropiado sobre Internet y determina la dinámica para la discusión del tema.</li><li>• Considera la labor de la PROFECO y su injerencia en el ámbito de Internet, dirige y asesora al alumno en la búsqueda de información, la elaboración del documento y determina la dinámica para la presentación de información.</li><li>• Guía al alumno en el uso del correo electrónico.</li></ul> <p><b>Alumno:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Recopila en medios electrónicos los conceptos de publicidad y mercadotecnia basados en la exposición del docente, así como su impacto en el turismo desde el punto de vista de campañas. Elabora un mapa mental. Comparte la información a sus compañeros.</li><li>• Busca en medios electrónicos el concepto de comercio electrónico y su aplicación en empresas turísticas. Elabora un diagrama. Comparte la información a sus compañeros.</li><li>• Discute con sus compañeros a través de una dinámica el uso adecuado de Internet apropiado al contexto turístico.</li><li>• Busca en medios electrónicos el uso adecuado del Internet según los lineamientos que dicta la PROFECO y la Regulación Jurídica de Internet. Elabora documento. Comparte la información a sus compañeros.</li><li>• Ejemplifica el uso de correo electrónico como medio de comunicación dentro de la promoción turística, resuelve distintas problemáticas al respecto. Elabora reporte en el que presenta evidencias.</li></ul>



<b>Subfunciones de las actividades de la Unidad III</b>	<p><b>Docente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Señala los principales entornos digitales, da a conocer algunos casos conocidos y guía al alumno en la búsqueda de información.</li><li>• Asesora al alumno en la búsqueda de información.</li><li>• Establece las etapas que conforman el diseño de un sitio web, así como algunos elementos para poder realizarla, asesora al alumno en la elaboración de un sitio web.</li><li>• Señala el impacto que tienen las plataformas 2.0 en la actualidad, guía al alumno en la búsqueda de la información y elaboración del documento.</li></ul> <p><b>Alumno:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Busca en medios electrónicos diferentes entornos digitales para el manejo de información. Elabora una tabla comparativa con sus distintas características.</li><li>• Busca en medios electrónicos los conceptos y ejemplos de página web, sitio web y portal web. Elabora una matriz de clasificación donde diferencia cada concepto.</li><li>• Elabora un diseño digital y publica un sitio web para la promoción turística de una pequeña empresa.</li><li>• Recopila en medios electrónicos la definición y ejemplos de plataformas 2.0 como medio de comunicación en el turismo, aplica los medios en un ejemplo de comunicación. Presenta con evidencia los avances de su trabajo.</li></ul>
<b>Actividad integradora</b>	<p><b>Docente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ofrece diversos contextos sobre aplicaciones de las TIC dentro de su entorno social, promueve una lluvia de ideas donde genera más propuestas, asesora en la elaboración del documento y establece la dinámica para la presentación de información.</li><li>• Define los elementos que conforman una campaña de corte turístico y asesor al alumno en la elaboración de la misma.</li><li>• Determina los elementos a considerar en la elaboración de la actividad integradora, lleva y apoya al alumno en la aplicación de herramientas de comunicación.</li></ul> <p><b>Alumno:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Expresa propuestas basadas en expuesto por el docente, elige una situación donde contextualiza el uso y aplicación de las TIC en su entorno social. Elabora un reporte y comparte la información a sus compañeros.</li><li>• Diseña una campaña turística tomando en cuenta el uso y aplicación de las TIC. Elabora un reporte parcial que muestre los avances de la campaña.</li><li>• Aplica distintas herramientas de comunicación para promover la campaña turística elaborada en la actividad anterior. Entrega una serie de productos y una bitácora con evidencias.</li></ul>



<b>d. Elementos de competencia</b>	
<b>Elementos de competencia de las actividades de la Unidad I</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Línea de tiempo que explica el origen y evolución de los sistemas automatizados dentro del turismo, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral y escrita.</li><li>• Mapa conceptual que describe el impacto de las TIC en el turismo, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral y escrita.</li><li>• Tabla PNI de las principales aplicaciones de la informática dentro de la actividad turística, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral y escrita.</li></ul>
<b>Elementos de competencia de las actividades de la Unidad II</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mapa mental sobre los conceptos de publicidad y mercadotecnia, así como su impacto en el turismo desde el punto de vista de campañas, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral, escrita e iniciativa.</li><li>• Diagrama sobre el comercio electrónico y su aplicación en empresas turísticas, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral y escrita.</li><li>• Dinámica grupal para definir el uso adecuado de Internet, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral, escrita e iniciativa.</li><li>• Documento en el que describe el uso adecuado de Internet según los lineamientos que dicta la PROFECO y la Regulación Jurídica de Internet, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral y escrita.</li><li>• Resolución de un problema en el que ejemplifica el uso de correo electrónico como medio de comunicación dentro de la promoción turística, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral, escrita e iniciativa.</li></ul>
<b>Elementos de competencia de las actividades de la Unidad III</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tabla comparativa sobre los diferentes entornos digitales que existen para el manejo de información, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral y escrita.</li><li>• Matriz de clasificación con los conceptos y ejemplos de página web, sitio web y portal web, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral y escrita.</li><li>• Diseño digital y publicación de un sitio web para la promoción turística de una pequeña empresa, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral, escrita e iniciativa.</li><li>• Presentación sobre la definición y evidencia de aplicación de ejemplos de plataformas 2.0 como medio de comunicación en el turismo, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral, escrita e iniciativa.</li></ul>
<b>Actividad integradora</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reporte donde contextualiza el uso y aplicación de las TIC en su entorno social, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral, escrita e iniciativa.</li><li>• Reporte parcial sobre una propuesta de campaña turística tomando en cuenta el uso y aplicación de las TIC, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral, escrita e iniciativa.</li><li>• Bitácora y evidencia de los procesos y resultados al aplicar herramientas de comunicación para promover una campaña turística, en el que desarrolla pensamiento crítico, manejo de la información, expresión oral, escrita e iniciativa.</li></ul>



## VII. Criterios de desempeño:

### El alumno es competente cuando:

- Concretiza conceptos relacionados a nuevas tecnologías.
- Elabora síntesis en temas relacionados a la informática y al turismo.
- Recopila información de distintos medios electrónicos.
- Clasifica un sitio web, una página web y un portal web.
- Reflexiona y evalúa situaciones que favorezcan la promoción turística.
- Toma de decisiones para organizar campañas publicitarias.
- Diseña un sitio web orientado al ámbito turístico.

## VIII. Indicadores de logro de las competencias:

<b>Conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Describe conceptos.</li><li>• Describe el impacto de las TIC en el turismo.</li><li>• Identifica aplicaciones de la informática en el sector turístico.</li></ul>
<b>Procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recopila y ordena información.</li><li>• Diseña y organiza documentos electrónicos.</li></ul>
<b>Actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Respeto en la exposición de ideas.</li><li>• Puntualidad en la entrega de productos.</li><li>• Iniciativa en las propuestas de proyectos.</li><li>• Escucha con atención y toma en cuenta las aportaciones realizadas por el docente y alumnos.</li><li>• Responsabilidad en la revisión de la información y planificación del proyecto de trabajo.</li></ul>

## IX. Nivel de logro de las competencias:

<i>El nivel de logro de las competencias del programa se clasificará de la siguiente forma:</i>		
<b>O</b>	<b>ÓPTIMO</b>	<b>91-100</b>
<b>A</b>	<b>AVANZADO</b>	<b>81-90</b>
<b>S</b>	<b>SUFICIENTE</b>	<b>71-80</b>
<b>B</b>	<b>BÁSICO</b>	<b>60-70</b>
<b>I</b>	<b>INSUFICIENTE</b>	<b>0-59</b>

Dicha escala describe los valores cualitativos del logro de competencias y sus rangos cuantitativos, organizados por nivel de prioridad con base en la semaforización propuesta por el COPEEMS; donde el color rojo delimita a los estudiantes que no han desarrollado la competencia (insuficiente), amarillo para aquellos que su adquisición se encuentra en vías de desarrollo (básico, suficiente), así como el verde para aquellos que ya la han desarrollado (avanzado y óptimo).



**X. Evaluación del aprendizaje:**

Tipo de evaluación según el agente	Finalidad y momento de la evaluación
a. Autoevaluación	a. Diagnóstica
b. Co-evaluación	b. Formativa
c. Hetero evaluación	c. Sumativa

**XI. Parámetros de evaluación:**

<b>Porcentajes de la calificación: Distribución según los indicadores de desempeño</b>	( 20 ) % Conceptuales ( 70 ) % Procedimentales ( 10 ) % Actitudinales
<b>Logro de los EC (Estándares de Competencia)</b>	No aplica

**XII. Instrumentos de evaluación:**

a. Debate b. Presentación c. Examen oral d. Examen escrito <b>e. Proyecto</b> <b>f. Solución de problema</b> g. Ensayo h. Reporte, crítica o artículo i. Estudio de casos <b>j. Portafolio</b> k. Diario <b>l. Rúbrica</b> m. Lista de cotejo
---

**XIII. Acreditación:**

<p>Las requeridas por la normatividad “Reglamento general de evaluación y promoción de alumnos de la Universidad de Guadalajara”.</p> <p><b>Artículo 5.</b> “El resultado final de las evaluaciones será expresado conforme a la escala de calificaciones centesimal de 0 a 100, en números enteros, considerando como mínima aprobatoria la calificación de 60”.</p> <p><b>Artículo 20.</b> “Para que el alumno tenga derecho el registro del resultado final de la evaluación en el período ordinario, establecido en el calendario escolar aprobado por el H. Consejo General Universitario, se requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente, y</li><li>II. Tener un mínimo de asistencia del 80% a clases y actividades registradas durante el curso”.</li></ul>
--



**Artículo 27.** “Para que el alumno tenga derecho al registro de la calificación en el periodo extraordinario, se requiere:

- I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente.
- II. Haber pagado el arancel y presentar el comprobante correspondiente.
- III. Tener un mínimo de asistencia del 65% a clases y actividades registradas durante el curso”.

#### XIV. Bibliografía:

##### **Básica**

- Campo Seoane, M. A. (2011). *Mi visión de la Gestión Hotelera*. México: Bubok Publishing.
- Gonzalez , M. (2010). *Tecnologías de la informacion*. México: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Ibáñez, P. & García, G. (2009). *Informática I*. México: Cengage Learning.
- Mercado, F., Martínez, R. (2010). *Tecnologías de la información I*. México: Editorial Universitaria-Santillana.
- Romero, P. (2010). *Informática I*. México: Pearson.

##### **Complementaria**

- Adobe Press (2008). *Dreamweaver CS3. Diseño y creatividad*. España. Anaya Multimedia.
- Crawford, Chris (2003). *Art of Interactive Design*. Editorial William Pollock. San Francisco, CA.
- Fischer, L. (2003). *Mercadotecnia*. México: McGraw Hill.
- Hartline, M. D. (2006). *Estrategia de marketing*. México: Cengage Learning.
- Ibarra, S., Lozano, K., E., Rodríguez & M., del Vivar, V. (2007). *Introducción a las Tecnologías de la información*. México: Limusa.
- Pascual, F. (2008). *Domine Office 2007*. México: Alfaomega.
- Wong, W. (2004). *Diseño gráfico digital*. España: Editorial Gustavo G.

#### XV. Materiales y recursos educativos para su desarrollo:

- Plataforma Moodle.
- Demos de software.
- Videos.
- Sitios Web.

#### XVI. Infraestructura necesaria para su desarrollo:

- Equipos de cómputo.
- Internet.
- Software.

#### XVII. Vinculación con otros módulos de aprendizaje:

- Tour de Grupos
- English Tour
- Espacio y legado turístico
- Costumbres y tradiciones en México



- Biomas y ecosistemas turísticos
- Ubicación espacial turística
- Recreación y animación
- Turismo social
- Equidad de género y turismo

### XVIII. Glosario de términos:

- **Comercio electrónico:** Negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías a través de Internet.
- **Estudio de mercado:** Análisis sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.
- **Informática:** Conjunto de conocimientos científicos y técnicas que hacen posible el tratamiento automático de la información por medio de ordenadores.
- **Internet:** Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.
- **Información:** Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada.
- **Medios sociales:** Grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario. **Página web:** Documento situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto.
- **Mercadotecnia:** Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda.
- **Portal web:** Sitio web que ofrece al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema.
- **Publicidad:** Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.
- **Sitio web:** Colección de páginas web relacionadas y comunes a un dominio de Internet.
- **TIC:** Tecnologías de la información y la comunicación.

### XIX. Perfil del docente:

- **Experiencia académica en el desarrollo de estrategias de aprendizaje y evaluación en:** los contenidos relacionados con el uso de las tecnologías en la producción de documentos, presentación y transmisión de información.
- **Formación profesional en disciplinas afines al módulo de aprendizaje, preferentemente en:** informática, sistemas computacionales, ingeniería en computación.

<b>Nombre de los participantes en su elaboración</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Adriana del Carmen Rodríguez Zamora</li><li>• Alfredo Jiménez Barragán</li><li>• María de la Luz Enríquez</li><li>• Ricardo Martínez Becerra</li></ul>
--	--

<b>Fecha última actualización</b>	
-----------------------------------	--



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
SISTEMA DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR  
SECRETARÍA ACADÉMICA  
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN TÉCNICA