


ASIGNATURA DE DESARROLLO DE PROYECTOS PARA EL TURISMO I

1. Competencias	Gestionar el desarrollo sustentable del sector turismo, a través del diseño e implementación de productos innovadores, y administración de organizaciones turísticas, considerando las políticas públicas, el marco legal vigente, tecnologías de gestión y distribución del turismo así como sistemas de calidad aplicables, para contribuir a la planificación colaborativa y competitividad de la industria turística.
2. Cuatrimestre	Noveno
3. Horas Teóricas	25
4. Horas Prácticas	50
5. Horas Totales	75
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	5
7. Objetivo de aprendizaje	El alumno formulará la naturaleza del negocio y estudio de mercado de productos y servicios turísticos, a través de herramientas y técnicas especializadas, para determinar la factibilidad del plan de negocios.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Introducción al emprendimiento	10	10	20
II. Estudio de mercado	15	40	55
Totales	25	50	75


ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE PROYECTOS PARA EL TURISMO I


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de aprendizaje	I. Introducción al emprendimiento.
2. Horas Teóricas	10
3. Horas Prácticas	10
4. Horas Totales	20
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno generará ideas de negocios innovadoras para contribuir a la diversificación de la oferta turística.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Fundamentos de emprendimiento	<p>Definir los conceptos de emprendimiento y emprendedor.</p> <p>Explicar la importancia del emprendimiento en el desarrollo de proyectos en el sector turístico.</p> <p>Describir los tipos de emprendedores y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persuasivo - Visionario - Especialista - Intuitivo - Inversionista - empresario <p>Reconocer el proceso de generación de ideas innovadoras y sus técnicas.</p> <p>Identificar las principales instancias públicas y privadas que ofrecen financiamiento para proyectos a través de convocatorias.</p>	Generar ideas de innovación en productos o servicios turísticos.	<p>Responsable</p> <p>Organizado</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Creativo</p> <p>Analítico</p> <p>Visionario</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Plan de negocios	<p>Explicar los conceptos, objetivos, uso e importancia de Plan de negocio, modelo de negocios y proyecto de inversión.</p> <p>Identificar los tipos de proyectos y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Según el grado de dificultad que entraña su consecución - Según la procedencia del capital - Según su orientación <p>Explicar el ciclo de vida de los proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inicio - Planeación - Ejecución - Seguimiento y control - Cierre <p>Identificar la estructura del plan de negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resumen ejecutivo - Naturaleza del proyecto - Estudio de mercado - Estudio técnico - Estudio organizacional - Estudio financiero - Evaluación financiera - Plan de ejecución 		Analítico Objetivo Responsable Organizado

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Naturaleza del negocio	Explicar los elementos de la naturaleza del negocio: <ul style="list-style-type: none"> - Idea creativa - Justificación de la idea - Análisis del entorno - Situación del sector - Nombre de la empresa - Calificaciones para entrar al sector (acreditaciones, certificaciones, distintivos) - Productos y servicios de la empresa - Apoyos y financiamientos - Ventaja Competitiva 	Determinar la naturaleza del negocio	Analítico Responsable Organizado Objetivo Trabajo en equipo

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE PROYECTOS PARA EL TURISMO I

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Con base en el diseño de una experiencia o producto turístico, elabora una propuesta de emprendimiento o innovación que incluya:</p> <p>Portada Descripción de la localidad Generación de ideas y justificación de la técnica utilizada Tipo de proyecto Definición de la idea de negocio Naturaleza del negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Idea creativa - Justificación de la idea - Situación del sector - Nombre de la empresa - Ventaja Competitiva - Calificaciones para entrar al sector (acreditaciones, certificaciones, distintivos) - Productos y servicios de la empresa - Apoyos y financiamientos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los conceptos de emprendimiento y emprendedor y su importancia en el desarrollo de proyectos en el sector turístico. 2. Identificar los tipos de emprendedores, sus características y las instancias públicas y privadas que ofrecen financiamiento para proyectos a través de convocatorias. 3. Distinguir los tipos de proyectos, sus características y el ciclo de vida de los proyectos. 4. Comprender la estructura del plan de negocio. 5. Analizar los elementos de la naturaleza del negocio. 	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


DESARROLLO DE PROYECTOS PARA EL TURISMO I

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación	Equipo de cómputo Equipo de proyección Pintarrón Equipo de oficina Internet Impresos: Planes de negocio Revistas especializadas videos

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE PROYECTOS PARA EL TURISMO I


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de aprendizaje	II. Estudio de mercado.
2. Horas Teóricas	15
3. Horas Prácticas	40
4. Horas Totales	55
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno desarrollará estudios de mercado para identificar las necesidades de los segmentos y las características de la competencia.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Introducción al estudio de mercado	<p>Definir el concepto e importancia del estudio de mercado.</p> <p>Identificar la estructura del estudio de mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Naturaleza del negocio - Análisis de la demanda: <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Necesidades - Segmentación de mercado - Análisis estadístico de fuente secundarias - Diseño de instrumentos de recopilación de información <ul style="list-style-type: none"> - Análisis y tratamiento de la información - Análisis de la oferta: <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de precios - Análisis de la competencia - Comercialización y Distribución: <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de mercadotecnia - Canales de distribución - Imagen Corporativa 		<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Responsable</p> <p>Organizado</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Análisis de la demanda	<p>Explicar el proceso de caracterización del mercado meta aplicado a productos y servicios turísticos.</p> <p>Reconocer el proceso de desarrollo de la metodología de investigación aplicada al estudio de mercados y el uso de software estadístico.</p> <p>Explicar el proceso de proyección de la demanda potencial y esperada.</p>	<p>Determinar características del mercado meta de productos y servicios turísticos.</p> <p>Investigar demanda potencial de productos y servicios turísticos.</p> <p>Pronosticar demanda esperada de negocios turísticos.</p>	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Responsable</p> <p>Organizado</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Propositivo</p>
Análisis de la oferta	<p>Identificar los conceptos de productos similares y sustitutos.</p> <p>Identificar los tipos de competencia de mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Directa - Indirecta <p>Describir el proceso de elaboración de la matriz de análisis de competencia directa e indirecta y sus criterios de comparación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Precio del producto - Tecnología - Disponibilidad de insumos - Participación en el mercado - Ventajas competitivas - Fortalezas y debilidades 	<p>Determinar la oferta existente.</p> <p>Realizar análisis de competencia de productos y servicios turísticos.</p>	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Responsable</p> <p>Organizado</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Propositivo</p>
Comercialización y distribución	<p>Explicar las estrategias de colocación del producto y su proceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De penetración de mercado - De desarrollo de productos o diferenciación 	<p>Diseñar estrategias de colocación de productos y servicios turísticos.</p> <p>Seleccionar intermediarios en la distribución de bienes y servicios turísticos.</p>	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Responsable</p> <p>Organizado</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Propositivo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
	<ul style="list-style-type: none"> - De desarrollo de mercados o segmentación - De diversificación <p>Identificar la importancia de la distribución de los productos y servicios turísticos, la función de los canales de distribución y su clasificación.</p> <p>Identificar los miembros de canales de distribución aplicables al sector turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mayorista - Minorista - Inplants <p>Describir el proceso de diseño de canales de distribución.</p>	<p>Proponer canales de distribución de productos y servicios turísticos.</p>	
Imagen corporativa	<p>Definir el concepto de imagen corporativa, sus elementos y beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre - Logo y diseño - Eslogan - Colores corporativos (Pantone) - Tipografía y tamaño - Sitio web - Apartado estético y visual <p>Identificar los trámites y requisitos para el registro de marca, nombres y procesos.</p>	<p>Proponer la imagen corporativa de empresas turísticas.</p>	<p>Analítico Objetivo Responsable Organizado Trabajo en equipo Propositivo Creativo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE PROYECTOS PARA EL TURISMO I

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Con base a la naturaleza del negocio de un producto o servicio turístico, elabora un estudio de mercado que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la demanda: <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Necesidades - Segmentación de mercado - Análisis estadístico de fuente secundarias - Diseño de instrumentos de recopilación de información <ul style="list-style-type: none"> - Análisis y tratamiento de la información - Análisis de la oferta: <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de precios - Análisis de la competencia - Comercialización y Distribución: <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de mercadotecnia - Canales de distribución - Imagen Corporativa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender el concepto, importancia y estructura del estudio de mercado. 2. Analizar los procesos de caracterización del mercado meta y de proyección de la demanda potencial y esperada. 3 Identificar tipos de competencia de mercado y el proceso de elaboración de la matriz de análisis de competencia. 4. Analizar las estrategias de colocación del producto y el proceso de diseño de canales de distribución. 5. Identificar los trámites y requisitos para el registro de marca, nombres y procesos. 	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


DESARROLLO DE PROYECTOS PARA EL TURISMO I

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación	Pintarrón Impresos: libros, revistas especializadas Equipo de proyección Equipo de cómputo Calculadora Software estadístico Instrumentos de recopilación de información Bases de datos Internet

ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


DESARROLLO DE PROYECTOS PARA EL TURISMO I

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidades	Criterios de Desempeño
<p>Diseñar productos turísticos innovadores considerando el potencial detectado, el análisis de las tendencias del sector, las políticas públicas y normativa aplicable para diversificar la oferta turística.</p>	<p>Elabora un reporte ejecutivo de un producto turístico que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carátula - Introducción - Justificación (análisis de la vocación turística, análisis de datos estadísticos del sector, tendencias de mercado, demanda, competencia) - Planteamiento de la propuesta de innovación (Nombre del producto turístico, atractivo, servicio, infraestructura, planta turística, superestructura, oferta turística, demanda turística, comunidad receptora, percepción-imagen-emoción, necesidad que cubre, mercado meta y descripción de la innovación) - Políticas públicas y normativa aplicable - Presentación del producto turístico (Lay out, diagrama, mapeo) - Conclusiones - Referencias consultadas

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


Capacidades	Criterios de Desempeño
<p>Integrar planes de negocios de productos turísticos con base en la propuesta de diseño, los análisis de mercado, técnicos, financieros, organizacional y la normativa aplicable, para la gestión de recursos y su implementación.</p>	<p>Elabora un plan de negocios de productos turísticos que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carátula - Resumen ejecutivo - Introducción - Definición del producto o servicio turístico - Estudio de mercado (Demanda, Oferta, Producto, Mercado meta, Precio, Estrategias de comercialización) - Estudio técnico (Macro y micro localización, insumos, maquinaria, equipo, capacidad de carga, lay out, procesos, estándares e indicadores de calidad aplicables, integración de la cadena de valor, normativa e impacto ambiental) - Estudio organizacional (Filosofía organizacional, manual de organización y procedimientos) - Estudio financiero y económico (presupuestos de inversión y fuentes de financiamiento, presupuestos operativos, estados financieros proyectados, punto de equilibrio, indicadores de rentabilidad) - Conclusiones y recomendaciones - Referencias consultadas
<p>Implementar productos turísticos a través de la gestión de recursos y seguimiento del plan de negocios para contribuir al desarrollo sustentable de la región.</p>	<p>Presenta un reporte de evidencias de la implementación de productos turísticos que integre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descripción de la propuesta del producto turístico - Justificación del o los programas de financiamiento seleccionados - Evidencias de trámites de gestión de financiamiento - Evidencias del seguimiento del plan de negocios - Conclusiones y recomendaciones - Referencias consultadas

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


DESARROLLO DE PROYECTOS PARA EL TURISMO I

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
García Prado, Enrique	(2014)	<i>Marketing y plan de negocio de la microempresa</i>	México, D.F.	España	Paraninfo ISBN 9788428397889
Sánchez Aguilar, Jesús Salvador	(2014)	<i>Actitud emprendedora y oportunidades de negocio</i>	Antequera	España	IC editorial: INNOVACION Y CUALIFICACION EDITORIAL ISBN 9788415994213
Rodríguez Aranday, Fernando	(2018)	<i>Formulación y evaluación de proyectos de inversión</i>	México, D.F.	México	IMCP ISBN 9786078552665
Osterwalder, Alexander y Pigneur Yves	(2013)	Generación de modelos de negocio	México, D.F.	México	Deusto ISBN 9788423416356
Laloux, Frederick	(2017)	Reinventar las organizaciones	Barcelona	España	Ed: Arpa Editores. ISBN: 9788416601554
Knapp, Jake	(2018)	Sprint.	Barcelona	España	Ed: Conecta. ISBN: 9788416029686
Macías Rodríguez, Miguel	(2017)	El camino para innovar	Barcelona	España	Ed: Deusto S.A. Ediciones. ISBN: 9788423428731
Osterwalder, Alexander	(2015)	<i>Diseñando la propuesta de valor: como crear los productos y servicios que tus clientes están esperando</i>	Barcelona	España	Editorial Deusto, S.A. Ediciones. ISBN: 9788423419517

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Osterwalder, Alexander	(2016)	<i>El Maletín del Emprendedor</i>	Barcelona	España	Editorial Deusto, S.A. Ediciones. ISBN: 9788423426331
Osterwalder, Alexander y Pigneur, Yves	(2011)	<i>Generación de Modelo de Negocios.</i>	Barcelona	España	Editorial Deusto, S.A. Ediciones. ISBN: 9788423427994
Clark, Timothy y Osterwalder, Alexander	(2012)	<i>Tu Modelo de Negocio</i>	Barcelona	España	Editorial Deusto, S.A. Ediciones. ISBN: 9788423411344

ELABORÓ:	Comité de Directores de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	