

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali; Facultad de Contaduría y Administración, Tijuana; Facultad de Ingeniería y Negocios, San Quintín; Facultad de Ciencias de la Ingeniería, Administrativas y Sociales, Tecate; Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Contaduría, Licenciado en Administración de Empresas, Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Gestión Turística, Licenciado en Negocios Internacionales, y Licenciado en Inteligencia de Negocios.
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Fundamentos del Turismo en los Negocios
- 5. Clave:** 38980
- 6. HC:** 02 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Elda Areli Luque
Mayda Gonzalez
Luis Alberto Morales Zamorano
Alejandro Zazueta Valenzuela

Vo.Bo. de subdirectores de las Unidades Académicas

Jesús Antonio Padilla Sánchez	Adelaida Figueroa Villanueva
Esperanza Manrique Rojas	Ana Cecilia Bustamante Valenzuela
Angélica Reyes Mendoza	Edith Martin Galindo
Mayra Iveth García Sandoval	

Fecha: 12 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es formar al estudiante en el aprovechamiento integral y sostenido de los recursos naturales y culturales con el fin de detectar oportunidades de negocio en materia de turismo en la región. La utilidad radica en que permite desarrollar en el estudiante la capacidad para proponer estrategias de posibles negocios turísticos que pudieran incidir sobre aspectos socioeconómicos de la región. Se imparte en la etapa básica con carácter obligatorio en los programas de la DES Contable-Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar oportunidades de negocio en el ámbito turístico, a partir del aprovechamiento integral y sostenido de los recursos naturales y culturales de la región, para elaborar propuestas de negocio que inciden en un mejor desarrollo socioeconómico, con honestidad, transparencia y profesionalismo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Propuesta de negocio en el ámbito turístico, la cual debe contener los siguientes elementos: Diagnóstico, elaboración del modelo de negocio tipo CANVAS y su exposición ante el grupo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Análisis económico sectorial y la importancia del turismo.

Competencia:

Analizar la relación entre los sectores económicos y el turismo, a través del análisis económico-sectorial en el ámbito internacional, nacional y estatal, para comprender la contribución del turismo en el desarrollo económico de la región, con actitud crítica, integradora y responsable con el medio ambiente.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Clasificación, características y contribución de los sectores económicos
 - 1.1.1. Sector primario
 - 1.1.2. Sector secundario
 - 1.1.3. Sector terciario
 - 1.1.3.1. Importancia del turismo en el sector terciario
- 1.2. La importancia del turismo en la economía mundial, nacional y estatal
- 1.3. Contribución del turismo al PIB, al empleo, a la inversión y a la captación de divisas
 - 1.3.1. El PIB turístico y su composición
- 1.4. El enfoque del turismo desde una perspectiva multidisciplinaria

UNIDAD II. Fundamentos del negocio del turismo

Competencia:

Analizar los fundamentos del negocio del turismo, a partir de la revisión de sus antecedentes, conceptualización y clasificación, para identificar el ámbito de aplicación de la actividad turística, con actitud proactiva, propositiva y responsable.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. Historia y evolución de la actividad turística
- 2.2. Conceptualización del turismo
- 2.3. Clasificaciones del turismo
 - 2.3.1. Por su ámbito geográfico: Doméstico o nacional e internacional
 - 2.3.2. Según el origen y destino
 - 2.3.3. Por volumen de turistas y sus ingresos
 - 2.3.4. Según las motivaciones

UNIDAD III. Estructura del mercado turístico

Competencia:

Analizar la estructura del mercado turístico, a partir de la revisión de la oferta, demanda turística y los organismos turísticos, para lograr un panorama general que permita reconocer su nivel de desarrollo y detectar oportunidades de negocio, con actitud creativa, propositiva e innovadora.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1. Oferta turística
 - 3.1.1. Composición: Recursos, infraestructura y servicios
- 3.2. Demanda turística
 - 3.2.1. Factores que la condicionan
- 3.3. Organismos turísticos locales, estatales, nacionales e internacionales

UNIDAD IV. El impacto de la cadena de valor de las empresas turísticas

Competencia:

Analizar el impacto de la cadena de valor sobre las empresas turísticas, considerando sus componentes y el valor que le otorga los proveedores y prestadores de servicios, para crear ventajas competitivas que hagan a éstas más atractivas, rentables y contribuyan al desarrollo económico de la región, con base en valores de respeto y sostenibilidad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1. Concepto de la cadena de valor.
- 4.2. Componentes de la cadena de valor.
- 4.3. Empresas y proveedores de la cadena de valor de turismo.
- 4.4. Análisis de la cadena de valor de las empresas turísticas.
- 4.5. Análisis y aplicación en el contenido del modelo CANVAS.

UNIDAD V. Oportunidades de negocio del turismo

Competencia:

Elaborar un estudio diagnóstico, considerando el entorno geográfico, sus recursos y capacidades, para realizar una propuesta de un negocio turístico, con actitud objetiva, propositiva e innovadora.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 5.1. Delimitación y caracterización del entorno geográfico.
- 5.2. Recursos turísticos en el entorno geográfico.
- 5.3. Turismo especializado potencial o existente en la zona de estudio.
- 5.4. Propuesta de negocio turístico con enfoque sustentable.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Línea de tiempo sobre los antecedentes: Mundial, Nacional y Regional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente expone el material sobre oferta y demanda del turismo. 2. Se reúnen en equipos de 3 a 5 personas. 3. Se trabajarán tres líneas de tiempo: Mundial, Nacional y Estatal. 4. Se exponen los resultados ante el docente y el grupo. 5. Se entrega al docente el reporte para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Material bibliográfico • Proyector de imágenes 	4 horas
UNIDAD III				
2	Análisis de oferta y demanda del turismo en la región	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende la exposición del maestro sobre oferta y demanda del turismo. 2. Se reúne en equipos de entre 3 y 5 personas. 3. Conocer los tipos y cantidad de negocios turísticos actuales en la región. 4. Identificar oportunidades para hacer negocios turísticos innovadores. 5. Exponen sus resultados ante el docente y el grupo. 6. Entregan al docente el reporte para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Material bibliográfico • Proyector de imágenes 	4 horas
3	Organismos turísticos internacionales, nacionales,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende la exposición del maestro sobre los organismos 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	4 horas

	estatales y empresariales.	<p>turísticos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Se forman equipos de entre 3 a 5 estudiantes. 3. Se presenta el contenido de los organismos turísticos: Nombre, logotipo, página web, sede, objetivos y funciones. 4. Exponen sus resultados ante el docente y el grupo. 5. El docente evalúa los resultados y retroalimenta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Material bibliográfico • Proyector de imágenes 	
UNIDAD IV				
4	El modelo tipo CANVAS, básico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente expondrá el material sobre el modelo CANVAS. 2. Se reunirán en equipos de 3 a 5 personas y elegirá una empresa turística. 3. Se aplicarán los conocimientos básicos del modelo CANVAS en la empresa turística elegida. Nota: los costos se aproximarán con el uso de porcentajes. 4. Se expondrán sus resultados ante el docente y el grupo. 5. Se entrega al docente el reporte para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Material bibliográfico • Proyector de imágenes 	6 horas
UNIDAD V				
5	Diagnóstico de los recursos disponibles para la elaboración de una propuesta de negocio turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente expondrá el contenido para la propuesta de proyecto turístico. 2. Se trabajará una propuesta de los estudiantes en equipos de 3 a 5 personas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Material bibliográfico • Proyector de imágenes 	14 horas

		<ol style="list-style-type: none">3. Se elaborará un diagnóstico de los recursos naturales y culturales disponibles.4. Se desarrollará el contenido de la propuesta de negocio turístico, siguiendo un procedimiento calendarizado.5. Se expondrán sus resultados ante el docente y el grupo.6. Se entrega al docente el reporte para su revisión y retroalimentación.		
--	--	---	--	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Estudio de caso
- Método de Proyectos
- Aprendizaje Basado en Problemas
- Técnica expositiva
- Debates
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Visitas a campo
- Organizadores gráficos
- Ensayos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- 2 evaluaciones parciales.....	20%
- Tareas.....	05%
- Participación.....	05%
- Reportes de videos turísticos actuales.....	05%
- Prácticas de taller.....	15%
- Propuesta de negocio en el ámbito turístico...	50%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aimin, W., y Shunxi, L. (2011). A model of value chain management based on customer relationship management. <i>Journal on Innovation and Sustainability</i>, 2 (3): 17-21. Recuperado de https://www.pucsp.br/icim/ingles/downloads/papers_2010/part_7/17_A%20Model%20of%20Value%20Chain%20Management%20Based%20on%20Customer.pdf [Clásica]</p> <p>Castejón, R., Méndez, E., Martínez, J.L. y Pérez, A. (2014). <i>Introducción a la economía para el turismo</i>. México: Pearson. [Clásica]</p> <p>Coordinación de Asesores del Secretario de Turismo. (2018). <i>Nuestro Turismo. El gran motor de la economía nacional</i>. México: Secretaría de Turismo. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/412719/Turismo_2040_Politica_Turistica_de_Estado.pdf</p> <p>Gurría Di Bella, M. (1991). <i>Introducción al turismo</i>. México: Trillas. [Clásica].</p> <p>Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2020). <i>Clasificación para actividades económicas 2020</i>. Autor. Recuperado de www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/205/download/5998</p> <p>Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2020). <i>Datos. PIB y cuentas nacionales turismo 2020</i>. Autor. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/ (o actual).</p> <p>Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2018). <i>Sistema de Cuentas Nacionales de México 2018. Fuentes y metodologías Año base 2013</i>. Autor. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/turismo/2013/doc/met_cstm.pdf (o actual).</p> <p>Secretaría de Turismo. (2020). <i>Programa Sectorial de Turismo</i></p>	<p>Alonso, G. (2008). <i>Marketing de Servicios: Reinterpretando la cadena de valor</i>. Palermo Business. [Clásica]</p> <p>Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S. y Ruiz, P. (s.f.). <i>Introducción al Turismo</i>. Madrid: Organización Mundial del Turismo. [Clásica]</p> <p>Morales, L. y Camacho, A. (2019). <i>Productividad de las empresas y su competitividad en los mercados</i>. Pearson.</p>

2020-2024. Gobierno de México. Recuperado de http://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/PROSECTUR_2020-2024.pdf

Pulido-Fernández, J. I. y López-Sánchez, Y. (2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España. *Innovar*, 26(59), 155-176. doi: 10.15446/innovar.v26n59.54369. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/304822982_The_supply_chain_of_a_tourism_product

Ramírez, M. (1991). *Teoría general del turismo*. Trillas. [Clásica]

United Nations World Tourism Organization. (2020). *Tourism Data Dashboard 2020*. Recuperado de <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard> (o actual).

X. PERFIL DEL DOCENTE

Licenciatura en Gestión Turística, ciencias económico-administrativas o área afín, preferentemente posgrado en área afín. Experiencia profesional en negocios turísticos y al menos dos años de docencia Ser proactivo, responsable y propiciar el aprendizaje significativo de los estudiantes.