



UNIVERSIDAD DE SONORA
Unidad Regional Centro
División de Ciencias Económicas y Administrativas
Departamento de Contabilidad
LICENCIATURA EN TURISMO

Asignatura: Taller de proyectos turísticos		Clave: (ESCOLARES)	
Antecedente: Planeación territorial y desarrollo de destinos turísticos		Consecuente: Optativa del eje especializante de Planeación Turística (Tópicos y tendencias del turismo actual, Administración financiera de proyectos turísticos, Evaluación y Gestión de proyectos turísticos regionales, Geografía de los recursos territoriales de Sonora).	
Créditos: 7 créditos	Modalidad: Semipresencial	Horas Semana: 4 (3t y 1p)	Horas curso: 64
Modalidad enseñanza-aprendizaje: Curso Teórico-práctico		Departamento de Servicio: Contabilidad	
Eje de formación: Especializante			
Competencias específicas a desarrollar:			
Competencia 1. Diagnostica procesos sociodemográficos, políticos y culturales que influyen en el desarrollo turístico.			
Competencia 2. Planea y diseña proyectos turísticos que responden al diagnóstico de la problemática social.			
Competencia 5. Gestiona organizaciones turísticas mediante el diseño de planes de negocios, la administración de sistemas en la operación de los servicios turísticos y dirige organizaciones.			

Introducción:

El desarrollo regional exige profesionistas comprometidos con el análisis de la dinámica del entorno, el cual ofrece oportunidades de desarrollo económico. Un proyecto turístico está conformado por un conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas para alcanzar objetivos específicos de gestión y desarrollo de un área específica en el ámbito del turismo, y es, a su vez, una estrategia indispensable para la promoción del turismo regional en el Estado de Sonora.

En la primera unidad, se identifica lo que es un proyecto turístico y su función.

En la segunda unidad, se realiza un análisis de los diferentes tipos de proyecto y la elaboración de productos turísticos.

En la tercera unidad, se adquieren conocimientos para realizar un análisis económico y viabilidad de implementación de los proyectos.

Propósito:

Es del eje especializante, se imparte a partir del séptimo semestre y es de carácter optativa. Se busca proveer al alumno de las habilidades y competencias para la planificación de proyectos turísticos que atiendan a necesidades específicas de la región y coadyuven a la gestión de las organizaciones desarrolladoras del turismo. Así mismo, integrará los conocimientos necesarios para dimensionar la planificación estratégica en la gestión de proyectos turísticos. Es una materia que se encuentra en el eje especializante, se imparte en el VII semestre y es de carácter optativo.

Objetivo General:

Desarrollar proyectos turísticos que atiendan a las necesidades específicas de las organizaciones, que permitan su gestión en el ámbito regional, nacional e internacional.

Objetivos Específicos:

- Analizar la situación específica de la empresa y la región, y así identificar las oportunidades para el desarrollo de proyectos turísticos atractivos y rentables, con una actitud emprendedora, proactiva e innovadora.
- Integrar un proyecto turístico que parta de un análisis situacional y ejecute después un plan sistemático, con un proceder colaborativo, comunicativo y respetuoso.
- Evaluar la viabilidad financiera de un proyecto turístico a través de la identificación y administración de recursos, con un proceder ético y de disposición al análisis.

Unidades de Competencias:**Unidad de competencia I. Los proyectos en el sector del turismo**

- a. Definición de un proyecto turístico
- b. Significado y necesidad de la evaluación de proyectos turísticos
- c. Plan para una empresa de turismo, según tipología y clases.

Unidad de competencia II. Elaboración del proyecto

- a. Identificación y selección del proyecto turístico: cultural, salud, alimentario, etc...
- b. Análisis del mercado (Oferta, demanda)
- c. El estudio y creación de productos (justificación)
- d. Previsiones y diagnóstico
- e. Gestión de las relaciones gubernamentales y comerciales

Unidad de competencia III. Análisis económico del proyecto

- a. Política de financiación
- b. Análisis económico financiero
- c. Plan de marketing
- d. Valoración de resultados
- e. El plan de viabilidad
- f. Plan de contingencia

g. Conclusiones y adopción de decisiones

Evaluación: criterios generales para la acreditación del curso:

La calificación final se obtendrá del promedio que resulte de tres evaluaciones parciales. Cada evaluación parcial se valorará de acuerdo a los siguientes criterios:

I PARCIAL:

Evaluación escrita	40%
Investigación	20%
Análisis de información en el aula	10%
Avance del proyecto	20%
Participación en aula	10%

II PARCIAL

Investigación	30%
Análisis de información en el aula	20%
Avance del proyecto	40%
Participación en aula	10%

III PARCIAL

Exposición presencial	20%
Investigación	20%
Análisis de información en el aula	10%
Avance del proyecto	40%
Participación en aula	10%

Perfil académico deseable del responsable de la asignatura:

Poseer con grado académico de maestría o especialidad en diseño de productos turísticos o afín al campo de estudio de la materia, con experiencia y desarrollo profesional comprobado cuando menos de dos años en áreas afines al campo de la materia. Contar con experiencia docente de al menos dos años a nivel superior.

Bibliografía	Tipo (básica o complementaria)
Alegre, J., Cladera, M. y Sampol, C. (2003). Análisis cuantitativo de la actividad turística, Ed. Pirámide. ISBN 84-368-1746-X	Básica
Baca, G. (2006). <i>Evaluación de proyectos</i> . México; Editorial Mc. Graw Hill.	Básica
Roselló, D. (2004). Diseño y evaluación de proyectos culturales, Ed. Ariel. ISBN 978-84-344-5232-9	Básica
Boullón, R. (2002). Proyectos turísticos. Metodología para acertar sin errores, Ed. Ediciones Turísticas. ISBN 987-9473-14-0	Básica

Sapag, J. (2011). <i>Proyectos de inversión: formulación y evaluación</i> . México; PEARSON, 2011.	Complementaria
Inzunza, V. (2010). <i>Formulación y evaluación de proyectos de inversión</i> . México; Editorial UNISON.	Complementaria
Baca, G. (2010). <i>Evaluación de proyectos</i> . ED MCGRAW HILL. SEXTA EDICIÓN.	Complementaria
Sapag, J. (2008). <i>Preparación y evaluación de proyectos</i> . México; Editorial Mc. Graw Hill.	Complementaria
Sapag, J. (2004). <i>Evaluación de proyectos, guía de ejercicios</i> . México; Editorial Mc. Graw Hill.	Complementaria

Desarrollo de las competencias

Resultados del aprendizaje	Actividades educativas	Volumen de trabajo del estudiante calculado en horas	Evaluación
SEMANA 1			
Unidad Temática I. Los Proyectos en el Sector del Turismo.			
Identificación y análisis de los puntos de coincidencia y enfoques sobre la definición de un Proyecto Turístico.	I a.- Definición de un proyecto turístico. Trabajo en equipo sobre la definición de Proyecto Turístico. Discusión en clase. Elaboración de reporte individual.	4 horas	* Participación activa y pertinente del alumno * Reportes impresos (ensayo o síntesis) producto de la investigación, atendiendo a los criterios de forma y fondo. * Evaluación escrita que valorará las competencias de lógica, análisis, síntesis y comunicación escrita. * Avance del proyecto de acuerdo a la guía.
SEMANA 2			
Sentido crítico y análisis sobre el significado y la pertinencia de la necesidad de realizar la evaluación de proyectos.	I b.- Significado y necesidad de la evaluación de proyectos. Lluvia de ideas. Asignación de lecturas sobre el tema. Presentación de conclusiones de las lecturas.	6 horas	* Participación activa y pertinente del alumno * Reportes escritos (ensayo o síntesis) entregados en tiempo y forma. * Evaluación escrita que valorará las competencias de lógica, análisis, síntesis y comunicación escrita. * Avance del proyecto de acuerdo a la guía.
SEMANA 3			
Investigación, conocimiento e identificación de las diferentes tipologías y/o clases de empresas turísticas.	I c.- Plan para una empresa de turismo, según tipología y clases. Asignación de lecturas. Discusión en equipo sobre los puntos de coincidencias en las lecturas.	6 horas	* Participación activa y pertinente del alumno * Reportes impresos como ensayos y paráfrasis que se entregarán bajo los criterios de tiempo y forma (redacción y estilo) * Evaluación escrita que valorará las competencias de lógica, análisis, síntesis y comunicación

			escrita. * Avance del proyecto de acuerdo a la guía.
SEMANA 4			
Unidad Temática II. Elaboración del Proyecto			
Análisis de los alumnos sobre los procesos sociodemográficos, políticos y culturales del entorno regional.	II a.- Identificación del Proyecto Turístico: Cultural, Salud, Alimentario, etc. Asignación de lecturas. Presentación por equipo de la justificación de la selección del proyecto a realizar.	6 horas	* Participación activa y pertinente del alumno. * Reportes impresos producto de la investigación, atendiendo a los criterios de forma y fondo. * Evaluación escrita que valorará las competencias de lógica, análisis, síntesis y comunicación escrita. * Avance del proyecto de acuerdo a la guía.
SEMANA 5			
Identifica y conoce el contexto en el que se ubica el proyecto turístico seleccionado de acuerdo a la tipología y/o clase. Analizan los estudiantes el impacto en los diversos factores socioeconómicos, ambientales, etc.	II b.- Análisis del mercado. (Oferta, demanda). Trabajo en equipo para sobre una investigación documental enfocada a la oferta y demanda del proyecto turístico seleccionado. Preparación y presentación del reporte de avance.	4 horas	* Participación activa y pertinente del alumno. * Reportes impresos producto de la investigación, atendiendo a los criterios de forma y fondo. * Evaluación escrita que valorará las competencias de lógica, análisis, síntesis y comunicación escrita. * Avance del proyecto de acuerdo a la guía.
SEMANA 6			
Desarrollo de la planeación del diseño de los productos que integran el portafolio del proyecto turístico en cuestión.	II c.- El estudio y creación de productos (justificación). Trabajo en equipo sobre el diseño de productos <i>a doc</i> al proyecto turístico seleccionado. Preparación y presentación del reporte de avance.	4 horas	* Participación activa y pertinente del alumno. * Reportes impresos producto de la investigación, atendiendo a los criterios de forma y fondo. * Evaluación escrita que valorará las competencias de lógica, análisis, síntesis y comunicación escrita. * Avance del proyecto de acuerdo a la guía.
SEMANA 7			
Diagnóstico y análisis de las necesidades de abastecimiento requeridas por el proyecto.	II d.- Previsiones y diagnóstico. Investigación en equipo sobre las previsiones involucradas en el desarrollo del proyecto Turístico. Preparación y presentación del reporte de avance.	4 horas	* Participación activa y pertinente del alumno. * Reportes impresos producto de la investigación, atendiendo a los criterios de forma y fondo. * Evaluación escrita que valorará las competencias de lógica, análisis, síntesis y comunicación escrita. * Avance del proyecto de acuerdo a la guía.
SEMANA 8			
Identifica, planea y selecciona los procesos comerciales pertinentes	II e.- Los procesos comerciales y la gestión de ventas. Investigación en equipo sobre la	4 horas	* Participación activa y pertinente del alumno. * Reportes impresos producto de

para el proyecto. Conoce, planea, administra y selecciona las gestiones de ventas que sean aplicables al proyecto. Diagnostica el impacto socioeconómico en la selección de los procesos comerciales.	diversidad de los procesos comerciales y la gestión de ventas en el contexto del proyecto turístico seleccionado. Preparación y presentación del reporte de avance.		la investigación, atendiendo a los criterios de forma y fondo. * Evaluación escrita que valorará las competencias de lógica, análisis, síntesis y comunicación escrita. * Avance del proyecto de acuerdo a la guía.
Unidad Temática III. Análisis Económico del Proyecto			
SEMANA 9			
	III.a.- Política de Financiación.		
Conoce, identifica y aplica la información recopilada sobre las políticas de financiación para el tipo de proyecto seleccionado.	Investigación documental por equipo de las políticas de financiación existentes en el contexto del proyecto. Preparación y presentación del reporte de avance.	4 horas	* Comunicación verbal y corporal de la exposición presencial * Estilo, redacción y pertinencia del reporte impreso de la investigación realizada * Entregar en tiempo y forma el avance, de acuerdo a la guía * Participación activa y pertinente del alumno.
SEMANA 10			
	III.b.- Análisis Económico Financiero		
Conoce y analiza los aspectos económicos y financieros del proyecto. Diagnostica, planea y diseña estrategias tomando en cuenta los aspectos económicos y financieros del Proyecto.	Trabajo de investigación y análisis por equipo de los aspectos económicos y financieros que requiere el proyecto de acuerdo a su objetivo y entorno. Preparación y presentación del reporte de avance.	4 horas	* Comunicación verbal y corporal de la exposición presencial * Estilo, redacción y pertinencia del reporte impreso de la investigación realizada * Entregar en tiempo y forma el avance, de acuerdo a la guía * Participación activa y pertinente del alumno.
SEMANA 11			
	III. c.- Plan de Marketing		
Analiza y planea todas las actividades involucradas en el plan de marketing seleccionadas de acuerdo al proyecto turístico y su contexto.	Diseño en equipo de un Plan de Marketing para el proyecto seleccionado. Preparación y presentación del reporte de avance.	8 horas	* Comunicación verbal y corporal de la exposición presencial * Estilo, redacción y pertinencia del reporte impreso de la investigación realizada * Entregar en tiempo y forma el avance, de acuerdo a la guía * Participación activa y pertinente del alumno.
SEMANA 12			
	III. d.- Valoración de Resultados		
Desarrolla un sentido crítico y objetivo del avance del proyecto para una mejor toma de decisiones.	Analizar los resultados obtenidos e integrar una propuesta de valor y viable.	7 horas	* Comunicación verbal y corporal de la exposición presencial * Estilo, redacción y pertinencia del reporte impreso de la investigación realizada * Entregar en tiempo y forma el avance, de acuerdo a la guía * Participación activa y pertinente del alumno.
SEMANA 13			

	III. e.- Plan de Viabilidad		
Analiza y planea el plan de viabilidad para el proyecto turístico seleccionado.	Diseño en equipo de un Plan de Viabilidad para el proyecto seleccionado. Preparación y presentación del reporte de avance.	4 horas	* Comunicación verbal y corporal de la exposición presencial * Estilo, redacción y pertinencia del reporte impreso de la investigación realizada * Entregar en tiempo y forma el avance, de acuerdo a la guía * Participación activa y pertinente del alumno.
SEMANA 14			
	III. f.- Plan de Contingencia		
Evalúa las eventualidades relativas al proyecto y diseña estrategias que minimicen riesgos para el proyecto.	Diseñar un plan de contingencia que responda al análisis situacional y a las oportunidades de mercado.	5 horas	* Comunicación verbal y corporal de la exposición presencial * Estilo, redacción y pertinencia del reporte impreso de la investigación realizada * Entregar en tiempo y forma el avance, de acuerdo a la guía * Participación activa y pertinente del alumno.
SEMANA 15			
Analiza y sintetiza el avance significativo del proyecto y toma decisiones importantes para su eventual ejecución.	III. g.- Conclusiones y Adopción de Decisiones Valorar el proyecto como un todo y planificar sistemáticamente su ejecución.	6 horas	* Comunicación verbal y corporal de la exposición presencial * Estilo, redacción y pertinencia del reporte impreso de la investigación realizada * Entregar en tiempo y forma el avance, de acuerdo a la guía * Participación activa y pertinente del alumno.
SEMANA 16			
Valora la participación activa de los integrantes del equipo en la investigación, diseño e integración del proyecto turístico. Desarrolla su capacidad de integrarse a equipos de trabajo, así como el sentido de la responsabilidad.	Diseña en equipo la presentación integrada del proyecto turístico seleccionado.	4 horas	* Síntesis del proyecto realizado * Capacidad de persuasión sobre la viabilidad del proyecto realizado * Comunicación verbal y escrita * Trabajo en equipo (responsabilidad)