



UNIVERSIDAD DE SONORA
Unidad Regional Centro
División de Ciencias Económicas y Administrativas
Departamento de Contabilidad
Licenciatura en Turismo

| | | | |
|---|----------------------------------|---|-------------------------------------|
| Asignatura: Seminario innovación en el turismo | | | Clave: (ESCOLARES) |
| Antecedente: N/A | | Consecuente: N/A | |
| Créditos: 6 | Modalidad: Semipresencial | Horas Semana: 3 | Horas curso: 48 |
| Modalidad enseñanza-aprendizaje: Seminario | | Departamento de Servicio: Departamento de Contabilidad | |
| Eje de formación: Profesional | | | |
| Competencias específicas a desarrollar: Competencia 3- Administra recursos y evalúa proyectos turísticos a partir de un diagnostico general. 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:

En Seminario de Innovación el alumno analizar los diversos factores que inciden en la innovación, y valorará la innovación tecnológica como una ventaja competitiva para el desarrollo del turismo.

En la unidad I se aborda la importancia de la innovación, su naturaleza y origen.

La unidad II Identifica la Innovación y tecnología como factores claves de la competitividad.

En la Unidad III Se desarrolla el tema de la innovación como cultura de la empresa y generación de ventajas competitivas.

En la relación con la unidad temática IV se conoce la gestión de la tecnología y la innovación

La unidad V describe la relevancia de las tecnologías de la información (TICS) así como las implicaciones en el desarrollo del turismo.

Propósito:

La asignatura pertenece al eje profesionalizante, se imparte dentro de los primeros cinco semestres y será de carácter optativa. El principal propósito es sensibilizar al estudiante de la importancia de la innovación como factor clave de competitividad.

Objetivo General:

Reconocer la innovación como un factor clave de competitividad en el sector turístico.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los factores que inciden en la innovación
2. Describir las clasificaciones Tecnológicas y de innovación.
3. Realizar Diagnostico tecnológico de una empresa turística
4. Implementar una estrategia de tecnología de la información para un destino turístico.

Unidades de competencia:**Unidad de competencia I. Naturaleza y origen de la Innovación**

Innovación factor clave de competitividad

Factores que inciden en la innovación

Definición de Innovación

Unidad de competencia II. Clases de Tecnologías y clases de innovación

Tecnología concepto y clasificación

Categorías de tecnologías

Innovación concepto y clasificación

Diferenciación de innovación de producto, social y de gestión

Dirección Estratégica de la Tecnología e Innovación

Unidad de competencia III. La innovación tecnológica como ventaja competitiva

Cultura corporativa Vs Cultura de innovación

La cultura como modelo de innovación

La competitividad

Generación de ventajas competitivas

Unidad de competencia IV. Gestión de la tecnología y la innovación

Diagnostico tecnológico de la empresa
 Diagnostico tecnológico de la competencia
 Prospectiva Tecnológica

Unidad de competencia V. Las tecnologías de la información (TICS) en el desarrollo del turismo.

Tendencias de búsqueda de información del turista
 Aplicación de las nuevas tecnologías en los desarrolladores turísticos la región.
 La Web Social como herramienta de comunicación de destinos turísticos

Unidad de competencia VI. Practica Final**Evaluación: criterios generales para la acreditación del curso:**

- La evaluación del curso se compone de los siguientes conceptos:

| | |
|--|-----|
| Asistencia (al menos el 80% del total de clases) | |
| Participación | 10% |
| Trabajos individuales | 20% |
| Trabajo en equipos | 20% |
| Practica final (se entregara la última semana) | 30% |
| Exámenes | 20% |

| Bibliografía | Tipo (básica o complementaria) |
|---|---------------------------------------|
| Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2004). <i>Marketing para Turismo</i> . Madrid: Pearson. | Básica |
| Morcillo Ortega, P. (1997). Dirección Estratégica de la Tecnología e Innovación: Un enfoque de competencias. Madrid: Editorial Civitas | Básica |
| Lovelock, C., Reynoso, J., D’Andrea, G., Huete, L. & Wirtz, J. (2011). <i>Administración de servicios, estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios</i> . México: Pearson Educación | Complementaria |
| Lamb. Ch., Hair. J. & McDaniel, C. (2011). <i>Marketing</i> . México: Cengage | Complementaria |
| González, Rocio (2011) <i>La innovación abierta en las empresas turísticas extremeñas como herramienta de entrada en el turismo de negocios</i> . Pasos Revista de Turismo y Patrimonio cultural. Vol 9 No.4 págs. 489-502 | Complementaria |
| Medina, S., & González, R. (2010). <i>La información en tecnologías de la información y de las comunicaciones (TICS) en la titulación de Turismo: ¿es adecuada?</i> Revista electronica Teoría de la Educación: Educación y cultura de la Sociedad de la Información. 11(1), 371-388. | Complementaria |
| Lovelock, Ch. & Wirtz, J. (2009). <i>Marketing de Servicios</i> . México: Pearson | Complementaria |
| Blanco, A. y. (2005). <i>Las tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo del turismo rural</i> . Documents d’Análisis Geografica, 105-117. | Complementaria |
| Middleton, V. (2001). <i>Marketing in travel and tourism</i> . Oxford: Butterworth - Heinemann. | Complementaria |

| | |
|--|----------------|
| <i>Porter, M. (2008). What is Strategy. Harvard business Review, 61-82</i> | Complementaria |
| <i>Brockman, B., & Morgan, R. (1999). The Evolution of Managerial Innovations in Distribution: What Prospects for ECR? International Journal of Retail & Distribution Management, vol. 27, num. 10, pags. 397-408.</i> | Complementaria |
| <i>Buhalis, D. (1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry. tourism Management, 19(5), 409-421</i> | Complementaria |
| <i>Pavitt, K. (1994). What do we really know about innovation dynamics. Eunetic Conference, vol 2.</i> | Complementaria |
| <i>Moore, G., & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Techonology Innovation. Information Systems Research, vol. 2, num. 3, pags, 192-222.</i> | Complementaria |

Desarrollo de las competencias

| Resultados del aprendizaje | Actividades educativas | Volumen de trabajo del estudiante calculado en horas | Evaluación |
|---|---|---|---|
| SEMANA 1 | | | |
| Conoce los conceptos fundamentales de innovación | Exposición del docente fomentando la participación del alumno | 2 | Presentación en power point |
| Explicará el impacto de la innovación en el desarrollo de la economía | Participación del alumno | 1 | Mesa redonda |
| SEMANA 2 | | | |
| Identificar los factores que inciden en la innovación | Exposición del docente e investigación de los alumnos | 3 | Trabajos y exposición |
| SEMANA 3 | | | |
| Comprender la relevancia de la innovación en las organizaciones | Exposición de los alumnos en equipos previa investigación con el tema. Exposición del docente para retroalimentación. | 3 | Trabajos y exposición |
| SEMANA 4 | | | |
| Conocer los distintos tipos de tecnologías e innovación | Exposición parte del docente impulsando la participación de los alumnos | 2 | Trabajos y participación |
| | Ensayo artículo científico | 1 | Entrega de ensayo |
| SEMANA 5 | | | |
| Explicar las diferencias entre innovación de producto, social y de gestión. | Investigación por parte de los alumnos de empresas que realizan algún tipo de innovación | 3 | Exposición |
| SEMANA 6 | | | |
| Comprenderá la Dirección estratégica de la Tecnología e Innovación | Exposición del docente | 3 | Participación |
| Evaluación del conocimiento de unidad I y II | Estudio de caso, examen escrito | 2 | Examen |
| SEMANA 7 | | | |
| Comprender la importancia de la innovación en el desarrollo de las empresas | Revisión bibliográfica de artículos científicos sobre innovación. Sesión en Biblioteca central área de consulta base de datos | 2 horas | Entrega 5 artículos científicos que aborden la innovación |
| Valora la investigación científica en aportaciones a la innovación | Exposición de análisis de algún artículo científico respecto a innovación | 1 horas | Presentación en power point |
| SEMANA 8 | | | |
| La cultura como modelo de innovación | Exposición de conferencistas invitados al aula. | 3 horas | Sesión de preguntas al final de conferencia |
| SEMANA 9 | | | |
| Evaluar las ventajas competitivas centradas en la innovación | Exposición parte del docente impulsando la participación de los alumnos | 3 horas | Presentación Power point |
| | | 3 horas | Entrega de informe |
| SEMANA 10 | | | |
| Explicar las ventajas competitivas del sector | Práctica. Comparación de tres empresas turísticas de una misma | 3 horas | Entrega de practica en documento |

| | | | |
|--|--|---------|---|
| turístico con aplicación de la innovación | categoría y describir sus ventajas competitivas | | word |
| SEMANA 11 | | | |
| Evaluar la innovación tecnológica (aplicación Tics) en el sector del turismo regional. | Búsqueda en la Web. Buscar cinco páginas web de empresas turísticas de la región, y realizar diagnóstico en cuanto a su información y pertinencia. | 1 hora | Entregar reporte de búsqueda y sus análisis |
| Importancia de las tics en la promoción turística | Evaluar la presencia de la oferta turística de la región en los principales buscadores online. Y Realizar un ensayo con los hallazgos | 2 horas | Entrega de ensayo |
| SEMANA 12 | | | |
| Practica final | Presentación de justificación de proyecto practica final protocolo de practica final | 3 horas | Presentación ejecutiva de proyectos por alumnos |
| SEMANA 13 | | | |
| Practica final | Diagnostico Tecnológico del destino turístico y empresa seleccionada en proyecto. | 2 horas | Presentación de avances practica final |
| SEMANA 14 | | | |
| Practica final | Determinar una ventaja competitiva centrada en la innovación | 3 horas | Avance de practica final |
| SEMANA 15 | | | |
| Describir un plan de marketing centrado en la innovación del destino turístico. | Investigación, Exposición y Estudio de caso | 6 horas | Avance Plan de marketing |
| SEMANA 16 | | | |
| Presentación proyecto | Investigación, Exposición practica final | 3 horas | Practica final |