



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

No. de oficio de las Unidades Académicas
FTyM No. 067/2021-2
FCA, Mexicali No. 1202/2021-2

Dr. Daniel Octavio Valdez Delgadillo
RECTOR Y PRESIDENTE DEL CONSEJO UNIVERSITARIO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Por este conducto y de la manera más atenta nos permitimos remitirle el documento titulado "Propuesta de Modificación del Programa Educativo de Licenciado en Gestión Turística con la incorporación del Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo" que presentan la Facultad de Turismo y Mercadotecnia (FTyM) campus Tijuana y la Facultad de Ciencias Administrativas (FCA) campus Mexicali; con la finalidad de que si usted lo considera pertinente, se incluya en la agenda del próximo Consejo Universitario y pueda ser turnado a la Comisión de Asuntos Técnicos del H. Consejo que usted preside, para su revisión y dictamen.

Se adjunta a la presente, copia de las respectivas actas de Consejo Técnico de las Unidades Académicas proponentes, donde se presentó la propuesta de modificación del programa educativo mencionado.

Sin otro particular por el momento, aprovechamos la ocasión para enviarle un cordial saludo, quedando a sus órdenes para cualquier información adicional que se requiera.

Universidad Autónoma
de Baja California

ATENTAMENTE
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE"
Baja California a 14 de septiembre de 2021

15 SEP 2021


RECTORÍA
RECIBIDO


Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez
Directora de la Facultad de Turismo y
Mercadotecnia

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE TURISMO
Y MERCADOTECNIA


Dr. Raúl González Núñez
Director de la Facultad de Ciencias
Administrativas

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
MEXICALI

c. c. p. Dr. Luis Enrique Palafox Maestre, Secretario General UABC.
c. c. p. expediente
c. c. p. minutario



INTEGRANTE DEL CONSEJO TÉCNICO

P r e s e n t e.-

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 148 fracción V, 162, 151 y 161 fracción III del Estatuto General de la Universidad Autónoma de Baja California, se **convoca a los integrantes del Consejo Técnico** de la Facultad de Ciencias Administrativas, Campus Mexicali, de la Universidad Autónoma de Baja California, a **Sesión Ordinaria de Consejo Técnico** a celebrarse a las **11:00 horas del día viernes 14 de Mayo del año en curso.**

Dicha sesión se realizará vía meet en el enlace, meet.google.com/ysf-ctfx-joj bajo el siguiente:

ORDEN DEL DÍA

1. Apertura de la Sesión y Bienvenida.
2. Lista de asistencia, verificación y en su caso, declaración de Quórum Legal.
3. Lectura y aprobación del orden del día.
4. Presentación y en su caso aprobación de la propuesta de modificación del Plan de estudios de la **Licenciatura de Administración de Empresas.**
5. Presentación y en su caso aprobación de la propuesta de modificación del Plan de estudios de la **Licenciatura de Mercadotecnia.**
6. Presentación y en su caso aprobación de la propuesta de modificación del Plan de estudios de la **Licenciatura de Gestión Turística.**
7. Recepción de opiniones de los integrantes propietarios del Consejo Técnico.
8. Clausura de la Sesión.

Sin otro particular de momento y esperando su puntual asistencia, quedo a sus apreciables órdenes.

A T E N T A M E N T E

Mexicali, Baja California, a 05 de mayo de 2021
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE"


DR. RAÚL GONZÁLEZ NUÑEZ
DIRECTOR Y
PRESIDENTE DEL CONSEJO TÉCNICO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MINUTA

MINUTA DE LA SESIÓN DE CONSEJO TÉCNICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA.

En la ciudad de Mexicali, Baja California, siendo las once horas del día catorce de mayo del año dos mil veintiuno, a través de sesión virtual vía meet en la liga meet.google.com/ysf-ctfx-joi, se reunieron los miembros del Consejo Técnico bajo la presidencia del Dr. Raúl González Núñez y presencia de los consejeros docentes y consejeros alumnos, señalados en la lista de asistencia anexa a esta minuta, con objeto de llevar a cabo la sesión ordinaria del consejo técnico de la Facultad De Ciencias Administrativas de conformidad con la convocatoria emitida por el director de la FCA Dr. Raúl González Núñez, fechada el 05 de mayo de 2021.

Punto No.1 del orden del día

Para dar inicio a las actividades, el presidente del consejo técnico y director de la FCA, Dr. Raúl González Núñez, dirigió un mensaje de bienvenida a los presentes y agradeció la asistencia a los consejeros técnicos tanto propietarios como suplentes.

Punto No. 2 del orden del día

Acto seguido se validó la asistencia con la lista elaborada para tal efecto y de esta manera que el presidente determinara la existencia del Quórum Legal para realizar la sesión, comprobando la presencia de cinco (5) consejeros propietarios y cinco (5) suplentes y por parte de los alumnos dos (2) consejeros propietarios y tres (3) suplentes, por tal motivo se habilita a la estudiante Vanessa Orrantia, consejero suplente de los estudiantes para participar en esta sesión con voz y voto.

En consecuencia, se confirma que SI existe el quórum legal y siendo las once horas con quince minutos el presidente del consejo declara la apertura de la sesión del consejo técnico de la Facultad De Ciencias Administrativas.

Punto No. 3 del orden del día

En cumplimiento de este punto de la orden del día, se propone a los consejeros la dispensa de la lectura considerando que a todos se les hizo llegar con anterioridad, y se les pregunta si alguno de los presentes desea hacer algún comentario al respecto, se sirva a solicitar la voz. No existiendo intervenciones, se procede con la misma.

Punto No.4 del orden del día

Se continúa con el orden del día, el presidente del consejo indica que se procederá a la presentación de la propuesta de modificación de plan de estudios de la licenciatura en Administración de Empresas.

C. Abigail A. Silva
SAGUARO DEL C. GONZALEZ N.

Wis Navarrete



Para tal efecto se solicita autorización a los miembros del comité que den anuencia para que la maestra Jackeline Hernández Bejarano, quien no es miembro del consejo, para que ingrese a la sala virtual meet y haga su presentación de la propuesta.

La secretaria del consejo hace pase de lista a cada miembro consejero propietario docente y estudiantes para que den su aprobación, se obtienen cinco votos a favor por parte de los docentes, y dos votos por parte de los estudiantes, siendo decisión unánime por parte del consejo técnico.

Acto seguido se le solicita a la maestra Hernández Bejarano que ingrese a la sesión. La maestra Jackeline Hernández, quien es jefa de carrera de la licenciatura, inicia su presentación a manera de resumen, hace la aclaración que dicha propuesta fue trabajada a nivel DES integrada por las unidades Ensenada, Mexicali, Tecate, Tijuana y San Quintín.

Se menciona que la propuesta que se presenta es el resultado de mas de dos años de una serie de trabajos realizados por parte de los integrantes del comité, considerando aportaciones de empleadores, egresados y diversos grupos de interés.

Continúa haciendo del conocimiento de los consejeros que:

Se realizó una evaluación externa de empleadores, necesidades sociales, mercado laboral y oferta y demanda. Una investigación documental empírica y documental, así como estudios a niveles previos y organismos externos. Una evaluación interna a través de entrevistas a docentes para conocer como opera el programa y llegar a determinar el currículo idóneo. Una evaluación de infraestructura y servicios.

Un análisis prospectivo de la disciplina, de la profesión y el entorno.

Un análisis comparativo del programa educativo, para llegar a concretar el perfil de egreso y mapa curricular. Se validaron misión, visión, mapa curricular, unidades de aprendizaje, cursos y actividades complementarias, y otras necesidades propias del programa.

Especifica que se trabajó a través de sesiones de trabajos presenciales, virtuales, integrados por docentes especialistas, profesionales y grupos de interés con capacidad para aportar al trabajo. Se integraron comités especializados por áreas y revisores.

Comenta que la misión propuesta muestra una proyección hacia el 2030 como un programa educativo de excelencia en el que los egresados estén bajo los más altos

W. Navarrete
G. Abigail A. Silva
SAGNORIO DEL C. GUZMÁN R.



estándares de calidad, acreditado, con educación inclusiva, fomentando la investigación y la responsabilidad social.

Planteando como objetivo general el formar profesionistas integrales en el ámbito de administración de empresas, competentes para satisfacer las necesidades en el sector público, privado y social, a nivel local, regional, nacional e internacional, con un programa educativo reconocido por su alta calidad, acreditado y en constante actualización.

Alineación al modelo educativo vigente basado en un modelo en competencias.

Perfil de ingreso: dividido en tres grandes rubros, conocimientos en: matemáticas, contabilidad, estadísticas, TIC y lectura y redacción, en cuanto a las habilidades: trabajo en equipo, organización, identificación de problemas, análisis y síntesis, comunicación oral y escrita, emisión de juicios valorativos y manejo de hardware y software, respeto a las actitudes y valores: compromiso, honestidad, independencia, pensamiento crítico y analítico, empatía, tolerancia y proactivo.

Competencias blandas: Desarrollo de habilidades socioeconómicas, ética, derechos humanos y responsabilidad social, técnicas de negociación, comunicación organizacional, liderazgo, administración del tiempo.

Será competente para:

- Diseñar estrategias empresariales
- Administrar organizaciones públicas y privadas
- Desarrollar e implementar modelos y planes de negocios
- Tomar decisiones estratégicas mediante el uso de TIC.

Las *competencias digitales* incluidas en este nuevo plan de estudio destacan:

- Herramientas digitales
- Mercadotecnia digital
- Manejo de datos organizacionales
- Unidades de aprendizaje que consideran temáticas que abordan: nominas, paquetes contables, SUA, IDSE, SIPARE, planificadores de recursos empresariales, simuladores de negocios, SAT, IMSS, INFONAVIT, entre otros.

Conocimiento de una lengua extranjera: se contempla incluir las unidades de Inglés I y II en tronco común, como una necesidad que se detectó en reuniones con los empleadores y egresados.

Perfil de egreso: se caracteriza por su sólida formación y avanzados conocimientos en materia de administración, que le permite desarrollar sus actitudes, habilidades

Handwritten notes and signatures at the bottom left: "WIS Navarrete", "G. Ascar", "A. Silva", "OFI C. GERMÁN R.", and "SANDRI".



y destrezas, capacidades para tomar decisiones, ejercer el liderazgo con un sentido de responsabilidad ética y social, su participación y promoción en procesos de transformación, amplia visión de las exigencias de un contexto globalizado y cambiante, en beneficio de la organización.

Por lo que el mapa curricular esta dividido en etapas básicas, disciplinaria y terminal, esto plasmado en áreas de conocimientos: administración organizacional, operaciones, finanzas, talento humano y formación complementarias.

El tronco común de dos semestres que incluyen destacando dos cursos de inglés, introducción a la administración, estadísticas, matemáticas, herramientas digitales, habilidades de redacción, introducción a la mercadotecnia, introducción a inteligencia de negocios, contabilidad, fundamentos de gestión turística, entre otras.

Se modificaron nombres, se actualizaron contenidos y se incluyeron nuevas unidades de aprendizaje en base a comentarios de expertos, grupos de interés y empleadores.

Al cierre de la presentación la maestra Hernández Bejarano se retira de la sala.

Punto No.5 de la orden del día

Siguiendo el orden del día, se le solicita a la Dra. Mónica Claudia Casa Páez, haga la presentación de la propuesta de modificación del programa educativo de la licenciatura en Mercadotecnia, teniendo la aprobación de los consejeros para que ingrese.

Menciona que es un trabajo colegiado a nivel DES, destacando las diferencias entre los planes actual y la propuesta, destacando en este nuevo proyecto:

- Tres áreas de especialización
- Dos materias en tronco común y ocho obligatorias
- Mercadólogo habilitado a trabajo independiente
- Principios éticos enfocados a la profesión
- Conocimiento actualizado de TI (Tecnologías de la Información) transversal
- Nuevas unidades de aprendizaje para robustecer área de especialización
- Nueva unidad de aprendizaje enfocada en precios
- Dos nuevas unidades de aprendizaje con temáticas de venta de aplicación práctica
- Normativa relevante al ejercicio del mercadólogo
- Unidades de aprendizaje optativas alineadas a las áreas de especialización
- Nuevo enfoque para análisis del consumidor
- Dos nuevas unidades de aprendizaje especializadas

[Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin]

*Wís
Naranete*

[Handwritten signature]
G. Alagon A. Silva
SAGMARIO DFC C. GUERRA R.

[Handwritten initials]

[Handwritten signature]
Página 4 de 15

[Handwritten signature]



- Nueva unidad de aprendizaje de Mercadotecnia básica en tronco común
- Dos nuevas unidades de aprendizaje para fortalecer la experiencia en estancias profesionales

Se destacó que el trabajo realizado proviene de un estudio diagnóstico que se efectuó en los periodos (2018-2019) teniendo contacto y opiniones de empleadores, egresados, alumnos y docentes.

- Resultados principales:
 - o Entorno laboral internacional
 - o Desarrollo de capacidad analítica
 - o Capacidad de identificar áreas de oportunidad para nuevos negocios
 - o Área de desempeño laboral no atendida: consultoría

Derivado de esas reuniones se tuvo a bien proponer la:

Misión: Formar estrategias competentes para la toma de decisiones de Mercadotecnia que permitan a la organización cumplir con sus objetivos, colaborando de manera interdisciplinaria con las áreas funcionales que la componen para el mejoramiento de su oferta en congruencia con las necesidades y deseos de los consumidores.

Visión: Posicionar al egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia como un profesionista capaz de adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado, atendiendo a las necesidades particulares de la organización en que se desempeñe con ética, visión global y pertinencia.

En lo que respecta al perfil de ingreso se divide en Conocimientos generales en áreas económico administrativas, matemáticas y ciencias sociales, en lo que respecta a las habilidades se destacan comunicación oral y escrita, manejo de equipo de cómputo, resolución de problemas prácticos, análisis crítico, búsqueda de información, aprendizaje autodirigido y trabajo en equipos multidisciplinarios.

En cuanto al Objetivo general, se propone: Dotar al futuro mercadólogo de los conocimientos y habilidades requeridas en la práctica profesional del Licenciado en Mercadotecnia, contemplando los requerimientos actuales del campo laboral para su desempeño exitoso en las organizaciones coadyuvando al desarrollo económico de la región con ética profesional y visión global.

El tronco común se comparte con los siguientes programas los otros cinco programas educativos que se ofertan en la unidad académica.

Resaltó el hecho que se promoverán áreas de especialidad y que cada una de estas áreas está enfocada en la adquisición de competencias que definen la identidad del Mercadólogo. El nuevo plan de estudios de Licenciado en Mercadotecnia agrupa

[Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin]

Wis
Abvarrele

[Handwritten signature]
G. Abigail A. Silva
SECRETARÍA DEL C. GUZMÁN R.

[Handwritten signatures and stamps in blue ink]



sus conocimientos en 3 áreas de especialidad: Estrategias de Mercadotecnia, Investigación de Mercados, y Comercialización y Ventas.

En la especialidad de mercadotecnia se tiene como competencia: diseñar y gestionar planes estratégicos de mercadotecnia basados en el análisis del entorno para sustentar la propuesta de valor, con asertividad, versatilidad y profesionalismo, teniendo 14 asignaturas que la integran.

La que compete a Investigación de mercados, busca diseñar e implementar estudios de mercados que coadyuven a las organizaciones para la toma de decisiones y a la creación de nuevas unidades de negocio, mediante la aplicación de herramientas metodológicas, con responsabilidad social, pensamiento crítico y actitud emprendedora, con siete asignaturas.

Por último, la de comercialización y ventas busca: gestionar y evaluar estrategias de comercialización y comunicación, utilizando tecnologías de información actual y emergente, para asegurar la competitividad de las organizaciones, con creatividad, innovación, respeto y apego a la normatividad vigente, integrando ocho asignaturas.

Resalto que en cuestión de créditos el 78% son obligatorios y el 22 % optativos.

Las materias optativas consideradas son 21 repartidas en las tres etapas propuestas, básica, disciplinaria y terminal.

En cuanto a las habilidades blandas, la Dra. Casas mencionó que son el resultado de una combinación de habilidades sociales, de comunicación, de forma de ser, de acercamiento a los demás, entre otras; que forjan a una persona capaz de relacionarse y comunicarse de manera efectiva con otros, destacó que se ofertaran materias en Inglés como lo son Ethics in marketing, internal marketing Audit, personal branding, social listening, entre otras.

En lo que compete a las habilidades digitales, estas materias abordarán conocimientos que permiten al desarrollo de estas como lo son: herramientas digitales, finanzas aplicadas a la mercadotecnia, mercadotecnia de servicios, técnicas cuantitativas de investigación de mercados, diseño gráfico, mercadotecnia digital, entre otras siendo un total de 19 materias.

Lo más destacado en la propuesta comenta la Dra. Mónica fue que se buscó que este nuevo plan sea promoción de la adquisición de vocabulario técnico de la profesión que permitirá a los egresados su desempeño laboral exitoso en un contexto multicultural, con 18 asignaturas en idioma Inglés, las cuales están dos en tronco común, ocho obligatorias y ocho optativas.

Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin.

Wis
Wavante

Julio

C. Angel A. Silva

STABRARIO OFI C. GUERRA R.

Handwritten signature

Handwritten signature



De esta manera cierra su presentación la Dra. Casas Páez, reiterando que este trabajo es esfuerzo en conjunto de los maestros que integran la facultad de turismo y mercadotecnia en Tijuana y docentes que conformaron el equipo a lo interno de la FCA, asesorados por personal de rectoría.

Punto No.6 del orden del día

De igual manera se solicita la anuencia del consejo para que permitan ingresar a la maestra Elda Areli Luque a la sesión para que comparta la presentación de propuesta de modificación del programa educativo Licenciado en Gestión turística, siendo favorable.

Inicia la presentación dando una breve reseña de los antecedentes del programa, seguido del resultado del análisis del mercado laboral en el que se destacan las habilidades que los empleadores requieren: dominio del idioma Inglés, el trabajo en equipo, capacidad de análisis y toma de decisiones, creatividad, emprendimiento, conocimiento de la cadena de valor; así como actitudes de empatía, proactividad, enfoque a resultados, compromiso, amabilidad y adaptabilidad.

Por su parte los egresados consideran:

- Inserción laboral en hotelería, eventos y el área de alimentos o bebidas es adecuada, por lo que debería mantenerse o fortalecerse la formación de competencias en estas tres áreas.
- El Inglés y otros idiomas han sido señalados por los egresados como un área de oportunidad para el éxito en el mercado laboral por lo que deberían aumentarse el número de unidades de aprendizaje que requirieran la construcción de competencias desarrollando ejercicios o productos integradores de aprendizaje en Inglés o un tercer idioma.

En cuanto al análisis de la profesión la maestra Luque menciona que Se reconoce al turismo como un campo de aplicación multidisciplinario que ha transitado de la especialización técnica, a la administración, a la gestión integral de las experiencias vinculadas al turista; que, del turismo para las élites, al turismo de masas y el turismo híper especializado, la profesión se ha transformado, destacando los puntos siguientes a considerar:

- La profesión está vinculada a las empresas y espacios que se relacionan con turistas y actividades recreativas: hotelería, empresas de alimentos y bebidas, viajes, eventos, atracciones, transporte, promoción, comunicación y gestión de destino.
- El uso de tecnologías.
- La responsabilidad social y la sustentabilidad.

Luis
Navarrete

C. Asignat Asinc
SAGADIC DFC C. GONZALEZ R



Respecto al Perfil de ingreso: el estudiante que ingrese a la Licenciatura en Gestión Turística debe poseer las siguientes características: actitud de servicio, responsable y dinámico, emprendedor, respeto a la cultura nacional y facilidad para manejar el idioma Inglés.

En cuanto a la misión se busca: formar profesionales analíticos, críticos, propositivos y emprendedores capaces de diseñar estrategias en el sector turístico con visión global, liderazgo, valores y principios éticos, para contribuir al desarrollo integral local, regional y del país.

El objetivo general propuesto es: formar profesionistas que contribuyan con organizaciones turísticas en la gestión eficiente de recursos, la generación de productos y experiencias, el desarrollo de proyectos y servicios turísticos especializados a través de una cultura de calidad con ética profesional y criterios de sustentabilidad.

La maestra Luque mencionó que como perfil de egreso: es el profesionista que posee conocimientos de gestión turística, Administración, Mercadotecnia, Finanzas, calidad en servicios, innovación aplicada y lengua extranjera que le permiten gestionar la creación de empresas turísticas, así como desarrollarse en el área directiva de empresas y organismos del sector turismo.

Las competencias blandas se enfocan a la redacción de documentos académicos y administrativos, conocimiento y análisis de los objetivos de desarrollo sustentable así como el desarrollo de habilidades socioemocionales.

Respecto a las competencias digitales mediante el uso de software de comunicación, almacenamiento, proyectos, investigación y tratamiento de datos para coadyuvar al desarrollo de los procesos de una organización y su generación de información, con ética profesional, compromiso y trabajo colaborativo.

Hizo mención especial al conocimiento de una lengua extranjera esto procurando comunicar frases, expresiones y estructuras gramaticales del nivel básico del idioma Inglés, esto a través de Inglés I y II, adicionando en tercer semestre una asignatura que les permita aplicar protocolos de interacción orales y escritos para el turismo a través del idioma Inglés para diversas situaciones en temas de viajes, alimentos y bebidas, hospedaje, intermediarios turísticos y negocios con responsabilidad y apego a las diferencias culturales, siendo Specialized english for tourism. Asimismo, las materias en lengua extranjera que la propuesta incluye consideran International trends in tourism, integrated marketing communication for tourism businesses, asi como digital marketing for torurism companies.

Wis
Wacknete

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

[Handwritten signatures and initials in blue ink]
C. Angel A. ...
SABRADO OFC C. GUERRA R.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



El contenido por área se propone en Calidad cuatro asignaturas, innovación con cuatro, mercadotecnia con seis, administración con cuatro, finanzas con seis y gestión turística con 14, en cuanto a las optativas se proponen 18.

La maestra Elda, mencionó que existe un área de oportunidad para la incorporación de alumnos al ámbito laboral a partir de la obtención de un grado de Técnico Superior Universitario, además de los cambios en el plan de estudios, se integra dentro del plan de la licenciatura, el TSU en Hospitalidad y Turismo, El egresado del programa Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo será competente para: Colaborar en empresas, servicios y productos que integran la industria de la hospitalidad para asegurar la experiencia y satisfacción de los diversos perfiles de clientes. Generando una cultura y espíritu de servicio, que permitan la adaptabilidad, solución de problemas con inteligencia emocional, creatividad, empatía y tolerancia. Operar productos y servicios turísticos especializados en hospitalidad a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística colaborando en la preservación del patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.

Este esquema contemplaría etapa básica y disciplinar.

Se cierra su presentación indicando que se trabajo en conjunto con la facultad de Tijuana y Mexicali.

Punto No.7 del orden del día

En este punto se apertura la recepción de opiniones o comentarios respecto a las propuestas presentadas por los docentes, solicitando nuevamente autorización para el ingreso de los docentes presentadores para atender dichos comentarios.

Se especifica quienes están presentes para hacer valido su función dentro del consejo.

El presidente indica que se puede preguntar a través de mensaje en el chat o solicitando el uso de la palabra, tanto maestros como estudiantes consejeros, haciendo mención que se procederá posteriormente a someterlo ante consejo universitario

La Dra. Carrillo menciona que observa que no hay seriación en las materias ni seriación recomendada, lo que es algo que le preocupa al no tener un control sobre las asignaturas que cursan los alumnos, ya sea en caso de materias integradoras, o bien aquellas en las que los conocimientos previos son indispensables, menciona que esto al no tenerse puede crear problemas en los niveles de aprendizaje de los estudiantes, menciona como ejemplo el área de finanzas.

[Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin]

Quié Navarrete

[Handwritten signatures and names at the bottom left: SAGRARIO, Co. Angel A-sih, OFC C. GUZMAN R.]

[Handwritten signatures and initials at the bottom center]

[Handwritten signature and page number]



La M.A. Jackeline Hernández menciona que si hubo observación de expertos en ese rubro y que en particular en el área financiera si existen materias optativas para que los alumnos lo consideren.

Interviene la Dra. Carrillo especificando que su pregunta es si el estudiante no tendrá afectación al no tener conocimientos previos para cursar materias avanzadas al no tener seriación, o contar con bases para ello, reitera el caso de alumnos que tienen todo disponible para poder cursar materias de semestres avanzados sin tener bases y que esto no pudiera tenerse bajo control, por lo que ella considera que si se planteará una seriación sugerida para que los estudiantes valoren este esquema.

La maestra Hernández, indica que, si existe dicha seriación que quizá fue una omisión de su parte al no haberlo proyectado pero que, sí se cuenta con esa propuesta de seriación en las asignaturas, identificando materias previas para ir avanzando en los niveles terminales.

El Dr. Raúl González menciona lo importante que es dicha observación ya que es tiempo considerado para hacer adecuaciones o ajustes para que estas notas sean valoradas y de ser necesario que se contemple.

El alumno Luis Ángel Navarrete menciona que son muy buenos cambios los que se proponen.

Interviene la Dra. Julieta Saldívar por autorización del presidente del consejo, indica que felicita a los miembros de los equipos por el arduo trabajo, y destaca la consideración del idioma Inglés ya que es una demanda que tiene tiempo requiriéndose por el mercado laboral, y en cuanto a la consideración de las tecnologías como otra necesidad que ya es inminente en las labores de los profesionistas. Indica que se reconsidere lo que mencionó la Dra. Carrillo por lo necesario de la seriación de los estudiantes.

La Dra. Zulema Cordova, felicita los equipos de trabajo para la modificación de los programas y lo importante de haber considerado las opiniones de los grupos de interés, hace mención de la importancia de las asignaturas en Inglés en tronco común con dos niveles, pero que le llama la atención que existen 10 materias optativas y 8 obligatorias en Inglés en la propuesta de mercadotecnia, cuestionando si esa base de los dos niveles les darán el soporte a los estudiantes para cursar dichas materias, ya que al presentarlas en Inglés el nombre y por lo tanto el PUA en su contenido será en Inglés, y si esto no generará un cuello de botella para elevar niveles de reprobación al no tener la certeza que los estudiantes están capacitados en el dominio del idioma.

Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin, including a large signature at the top, 'Julieta Saldívar', 'Zulema', and 'G.'.

Luis Navarrete

Handwritten signatures and initials at the bottom left, including 'C. Angel A. Silva' and 'C. GUZMÁN R.'.

Handwritten signatures and initials at the bottom center, including 'G.' and 'G.'.



La Dra. Mónica Casas responde que se asume ese riesgo, ya que el idioma no debería ser un motivo de reprobación, ya que las clases serán bilingües y que todos los materiales de lectura y apoyo será en Inglés, para despertar el interés de los estudiantes al estar mas actualizado, por lo que es una obligación del mercadólogo estar al día, por lo que el dominio del Inglés será solo para que el material de consulta sea en dicho idioma, y considera que el hecho de no saber Inglés sea motivo de reprobación, y lo estarán familiarizando en el manejo del Inglés pueda hacer presentaciones en el idioma, no será un obstáculo sino un esfuerzo para los estudiantes y lo veremos con el mismo nivel para el tema de redacción en castellanos.

Por su parte la maestra Luque indica que de una manera se tiene que empezar en el tema del Inglés y que el alumno debe hacer un esfuerzo ya que no llegan sin conocimiento del idioma, y que llegan a la universidad como si no supieran, y que ya se debe correr la voz de que la UABC ya requiere dominio de Inglés, y que los que ingresen a FCA deben ponerse al día con el manejo del mismo, y que esto debe ser un gran avance si ya se ofertaran materias en Inglés, pero que ya deberían traer mínimo un tercer nivel, que esto es un aviso de que se deben poner a estudiar el idioma con seriedad, ya entraran más preparados.

La Dra. Karla Cervantes, hace una intervención mencionando que a los jóvenes se les debe requerir el idioma pero indica que si queda el registro de la materia en Inglés, debe darse en Inglés, ya que como se registra se imparte, pero si manejan que los jóvenes deben iniciar manejando bibliografía o investigando, eso es parte de los lineamientos, por lo que para eso debería ser política o criterio, ya que se debe quedar dentro de la materia como tal, ya que si se registra en Inglés pero se dará en español, entonces el docente no debe saber Inglés, pero si es como lo proponen el docente debe estar acreditado o certificado en el dominio del Inglés e impartirlo como se requiere, sino no se cumpliría en la competencia de la asignatura, y si consideran las ocho materias obligatorias en el idioma entonces si puede ser causal de elevar el índice de reprobación.

El Dr. González reconoce que es importante considerar dichas observaciones para ver si esto tendrá impacto negativo o no.

La Dra. Mónica menciona que esto fue derivado de la internacionalización ya que por parte de la coordinación de vinculación requería que las PUAS se tradujeran y que esa labor se estuvo haciendo durante los semestres anteriores, y como parte de la respuesta ante rectoría se contempló que una necesidad era manejar una materia por semestre en idioma Inglés.

[Handwritten signatures in blue ink]

[Handwritten signatures in blue ink]

Luis Navarrete

[Handwritten signature]
G. Angel A. Silva
SAGRARIO DEL C. GUZMÁN R.

[Handwritten signatures and stamps in blue ink]



La Dra. Cervantes menciona que entiende lo que se comenta, pero que debemos cuidar que la materia debe darse de acuerdo al idioma, y no cometer el error de impartirla en español ya que se caería en una situación contraria y pudiera tener implicación observada ante organismos acreditadores.

La Dra. Casas menciona que si es una necesidad que los docentes estén certificados en el dominio del Inglés, pero que no será causa de que el alumno no comprenda instrucciones, y que como escuela pública estamos obligados a brindar clases en idioma Inglés.

El Dr. González solicita que externen su comentario en el chat si están o no de acuerdo en la aprobación de las propuestas presentadas según el orden del día, por lo que es importante conocer su opinión al respecto, indicando su nombre y su nombramiento ante consejo técnico.

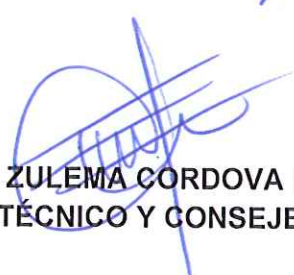
Por lo que se aprueba por parte del consejo técnico de la FCA las propuestas presentadas para la modificación de los programas de estudio de licenciado en Administración de empresas, licenciado en Mercadotecnia y licenciado en gestión turística así como la incorporación de programa de técnico superior universitario en hospitalidad y turismo.

Punto No.8 del orden del día

Al no haber más asuntos que tratar siendo las trece horas con diez minutos se da por clausurada la sesión ordinaria del Consejo Técnico De La Facultad De Ciencias Administrativas por parte del presidente y director Dr. Raúl González Núñez.

Para efectos legales que procedan se firma la presente minuta de la sesión por los consejeros autorizados para realizarlo.


DR. RAÚL GONZÁLEZ NÚÑEZ
PRESIDENTE DEL CONSEJO TECNICO Y DIRECTOR DE LA FACULTAD


DRA. ZULEMA CORDOVA RUIZ
SECRETARIA DEL CONSEJO TÉCNICO Y CONSEJERO PROPIETARIO DOCENTE





SAGRARIO DEL C. GUZMÁN R.


HM





CONSEJEROS TÉCNICOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DOCENTE

CONSEJERO PROPIETARIO DOCENTE:

DRA. ZULEMA CÓRDOVA RUIZ

DRA. SOSIMA CARRILLO

M.T.I.C. GUADALUPE ABIGAIL ARREGUÍN SILVA

DR. RICARDO CHING WESMAN

DR. MARTIN FRANCISCO MONTAÑO HERNÁNDEZ

DR. JESÚS PEDRO MIRANDA TORRES

Handwritten signatures and names: Co. Abigail A. Silva, Ricardo Ching Wesman, Martin Francisco Montañó Hernández, Jesús Pedro Miranda Torres

CONSEJERO SUPLENTE DOCENTE:

DRA. LILIANA GUADALUPE GARCIA PEÑA

DRA. KARLA EMILIA CERVANTES COLLADO

DRA. CLAUDIA VIVIANA ÁLVAREZ VEGA

DRA. SANDRA JULIETA SALDÍVAR GONZÁLEZ

DRA. JESSICA LIZBETH CISNEROS MARTÍNEZ

DRA. SAGRARIO DEL CARMEN GUZMÁN RIZO

Handwritten signatures and names: Karla Emilia Cervantes Collado, Sandra Julieta Saldívar González, Jessica Lizbeth Cisneros Martínez, Sagrario del C. Guzmán R.

CONSEJERO PROPIETARIO ALUMNO:

NANCY ANDREA PEREZ CANCHOLA

LUIS ANGEL NAVARRETE ARGIL

MARTHA ESPERANZA VINIEGRA CANCINO

LIZBETH GUADALUPE VILLANUEVA FIGUEROA

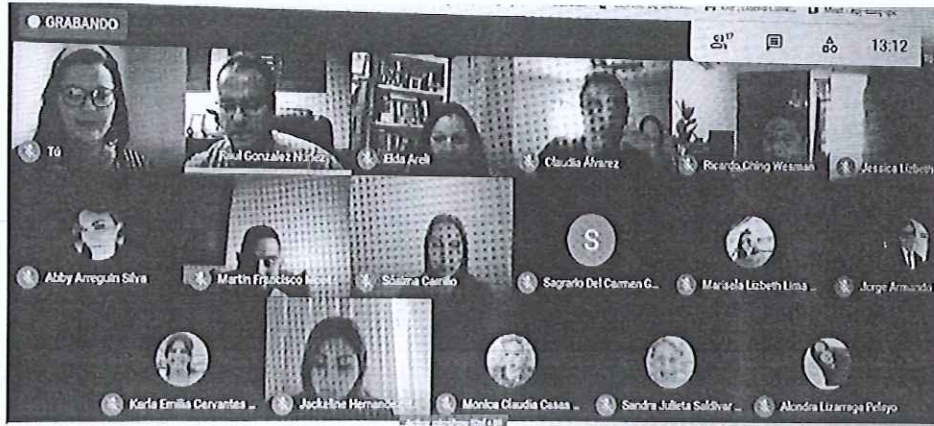
LESLY ISAHÍ NAVARRETE AGUILAR

BRANDO BLADIMIR REYES DUARTE

Handwritten signatures and names: Luis Navarrete, Lizbeth Villanueva, and other illegible signatures

Handwritten notes at the bottom left: Co. Abigail A. Silva, SAGRARIO DEL C. GUZMÁN R.

Large handwritten signature at the bottom right



Handwritten initials

Luis Navarrete

G. Asgeri A. silu

SAGMARIO DEL C. GUZMAN R.

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature



00:10:00.400,00:10:00.400
Sandra Julieta Saldivar Gonzalez: si

00:39:00.700,00:39:00.700
Luis Angel Navarrete Argili: Son muy buenas combis a los planes educativos y estoy de acuerdo con ellas

00:44:00.000,00:44:00.000
Sandra Julieta Saldivar Gonzalez: Excelente propuestas

00:49:00.000,00:49:00.000
Alondra Lizarraga Pelayo: Ah no, todo bien, que estoy de acuerdo con los planes educativos

00:50:00.000,00:50:00.000
Paul Gonzalez Luna: Muchas gracias Alondra Lizarraga.

00:59:00.000,00:59:00.000
María Emilia Cervantes Colledo: Buen día, sin embargo sobre lo que comenta la Dra. Monica se puede ubicar en políticas y criterios en cambio si se registra la materia en inglés debe impartirse en inglés

01:00:00.000,01:00:00.000
Iuliana Cordova Ruiz: Precisamente esta es la observación al contenido del FCA en inglés

01:01:00.000,01:01:00.000
Luis Angel Navarrete Argili: Paso a retirarme, tengo que ir a trabajar, dejo a mi suplente en mi lugar, buena tarde para todos

01:02:00.000,01:02:00.000
Sistema Correlli: 21828 Sistema Correlli APROBADO

01:03:00.000,01:03:00.000
Iuliana Cordova Ruiz: 21827 Iuliana Cordova Soy mi aprobación

01:04:00.000,01:04:00.000
Martín Francisco Montano Hernández: 20746 Martín Francisco Montano Hernández
A favor de que se sometan los cambios al Consejo Universitario

01:05:00.000,01:05:00.000
Jorge Armando Paredes Padilla: 1188944 Paredes Padilla Jorge Armando, Aprobado

01:06:00.000,01:06:00.000
Eduardo Ching Weaman: 14963 Eduardo Ching *Aprobado

01:07:00.000,01:07:00.000
Alondra Lizarraga Pelayo: 0118789 Lizarraga Pelayo alondra -aprobado

01:08:00.000,01:08:00.000
Sagrario Del Carmen Guzman Ruiz: 21829 SAGRARIO DEL CARMEN GUZMAN RUIZ APROBADO.

01:09:00.000,01:09:00.000
Abby Arrequin Silver: Guadalupe Abigail Arrequin Silver Aprobado

01:10:00.000,01:10:00.000
Marisela Elizabeth Lima Vasquez: 1187340, Marisela Elizabeth Lima Vasquez - aprobado.

01:11:00.000,01:11:00.000
Alondra Lizarraga Pelayo: 0118789 Villanueva Figueroa Elizabethaprobado
Tiene problemas con internet

01:12:00.000,01:12:00.000
María Emilia Cervantes Colledo: soy suplente

01:13:00.000,01:13:00.000
Sandra Julieta Saldivar Gonzalez: No puede sorry

MM

Wis Navarrete

C. Arguel Aron

SAGRARIO DEL C. GUZMAN R.



Acta de sesión Consejo Técnico

En la ciudad de Tijuana, Baja California, siendo las 10:00 horas del día martes 15 de junio de 2021, se reunieron docentes y alumnos del consejo técnico en modalidad virtual, a través de la plataforma MEET (meet.google.com/pbn-zimo-fug) ingresando por medio del correo institucional, atendiendo a la convocatoria emitida por la Presidente del Consejo Técnico de la Facultad, mediante oficio circular 0030/2021-1 del día 1 de junio de 2021.

Inicialmente se da la bienvenida a todos los integrantes presentes del Consejo Técnico de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia; y una vez tomada la asistencia (de acuerdo al primer punto del orden del día), se declara Quorum Legal, con la asistencia de once profesores (seis titulares y cinco suplentes) y ocho estudiantes (cinco titulares y tres suplentes) sumando un total de veintidós consejeros. Posteriormente la Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez, Presidenta del Consejo Técnico, solicita la aprobación del orden del día como se muestra a continuación:

1. Lista de asistencia y declaración de Quorum Legal.
2. Lectura y aprobación del orden del día.
3. Presentación de modificación de plan de estudios de Gestión Turística.
4. Análisis y en su caso, aprobación de la propuesta de modificación de plan de estudios de Gestión Turística.
5. Presentación de modificación de plan de estudios de Mercadotecnia.
6. Análisis y en su caso, aprobación de la propuesta de modificación de plan de estudios de Mercadotecnia.
7. Asuntos Generales.

Se aprueba por unanimidad el orden del día.

Posteriormente se pide autorización al Consejo para que ingrese la Dra. Isabel Morteo Stolle quien explicará la propuesta de la modificación del Programa Educativo de Licenciado en Mercadotecnia, se somete a votación y el Consejo lo aprueba en forma unánime.

Para agotar el punto tres del orden del día, la Presidenta del Consejo Técnico, la Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez le da el uso de la voz al Mtro. Ricardo Verján Quiñones quien realiza la presentación de la propuesta de modificación del programa educativo Licenciado en Gestión Turística con la incorporación del Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo, el cual se aprueba por unanimidad, al finalizar se realizan comentarios felicitando la propuesta y se aclaran algunas dudas a los consejeros estudiantes.

A continuación, se desahoga el punto 5 del orden del día, la Dra. Martha Lobo Rodríguez le cede el uso de la voz a la Dra. Isabel Morteo Stolle para que explique la propuesta de la

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA



Facultad de
**Turismo y
Mercadotecnia**

Sesión de Consejo Técnico
15 de junio de 2021

modificación del programa educativo de Licenciado en Mercadotecnia, el cual se aprueba por unanimidad y se comparten algunos comentarios de felicitación por la propuesta.

Para concluir, se desahoga el punto 7 del orden del día que son asuntos generales, en el cual no se abordó ningún tema.

No habiendo más asuntos que tratar la Presidente de Consejo agradece la asistencia a todos los miembros del Consejo y se da por concluida la sesión siendo las 11:30 horas.

Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez Presidente		Dra. Edith Martín Galindo Secretaria	
Docentes			
Titulares		Suplentes	
Omaira C. Martínez Moreno		Francisco Adrián Garfias García	
Margarita Ramírez Torres		Adriana G. Ríos Vázquez	
Ricardo Verján Quiñones		Ario R. Estrada Gaxiola	
Luis Enrique Gómez Espinoza		Marisa Reyes Orta	
José Gabriel Ruiz Andrade		Jesús Amparo López Vizcarra	
Ma. Cruz Lozano Ramírez		Rita Vázquez Escalante	
Estudiantes			
Miguel Ángel Bermúdez Chavira		Aylin Rodríguez Liera	
Carolina Torres Martín		Cinthia Alejandra Ramírez Politrón	
Oskar Alberto Beltrán Alcalá		Miriam Altamirano	
Ángel Rubén Rosales Muñoz		Karen Guerrero García	
Marvin Asain Muñoz Barrios		Cesar Ariel García Rebolledo	
Alina Mariela Izquierdo Badajos		Valeria Montserrat Martínez Torres	



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Facultad de
**Turismo y
Mercadotecnia**

Sesión de Consejo Técnico
15 de junio de 2021

Lista generada en MEET

Participants	Joined	Left
Edith Martin Galindo		
(Tú)	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Adriana Gma. Rios Vazquez	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Angel Ruben Rosales Muñoz	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Ario Refugio Estrada Gaxiola	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Carolina Torres Martin	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Edith Martin Galindo	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Gabriel Ruiz Andrade	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Isabel Morteo Stolle	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:41
Karen Guerrero Garcia	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Luis Enrique Gómez Espinoza	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Ma. Cruz Lozano Ramirez	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Margarita Ramirez Torres	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Martha Ofelia Lobo Rodriguez	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:41
Miriam	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Omaira Cecilia Martinez Moreno	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Oskar Alberto Beltrán Alcalá	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Ricardo Verjan Qui/onez	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Edith Martin Galindo (Tú)	6/15/2021 10:41	6/15/2021 10:41



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Facultad de
Turismo y
Mercadotecnia

Sesión de Consejo Técnico
15 de junio de 2021

Evidencia Fotográfica

GRABANDO Ricardo Verjan Quiñonez está presentando

10:14 | pbn-zimo-fug

Personas

- Agregar personas
- EN LA LLAMADA
- Edith Martin Galindo (TU)
- Adriana Gma. Rios Vozqu...
- Angel Ruben Rosales Mu...
- Carolina Torres Martin
- Edith Martin Galindo
- Gabriel Ruiz Andrade
- Isabel Morteo Stolle

GRABANDO Ricardo Verjan Quiñonez está presentando

10:15 | pbn-zimo-fug

Personas

- Agregar personas
- Isabel Morteo Stolle
- Jesus Amparo Lopez Vize...
- Karen Guerrero Garcia
- Luis Enrique Gomez Espl...
- Ma. Cruz Lozano Ramirez
- Margarita Ramirez Torres
- Margarita Ramirez Torres
- Marisa Reyes Orta



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Facultad de
Turismo y
Mercadotecnia

Sesión de Consejo Técnico
15 de junio de 2021

GRABANDO Ricardo Verjan Quiñonez está presentando

Nombre	Apellido	Correo	Estado	Asignatura	Horario
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	10:00 - 11:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	11:00 - 12:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	12:00 - 13:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	13:00 - 14:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	14:00 - 15:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	15:00 - 16:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	16:00 - 17:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	17:00 - 18:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	18:00 - 19:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	19:00 - 20:00

10:15 | pbn-zimo-fug

Personas

- Agregar personas
- Margarita Ramirez Torres
- Marisa Reyes Orta
- Martha Ofelia Lobo Rodri...
- Miguel Angel Bermudez ...
- Miriam
- Omaira Cecilia Martinez ...
- Oskar Alberto Beltran Alc...

GRABANDO Ricardo Verjan Quiñonez está presentando

Nombre	Apellido	Correo	Estado	Asignatura	Horario
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	10:00 - 11:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	11:00 - 12:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	12:00 - 13:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	13:00 - 14:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	14:00 - 15:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	15:00 - 16:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	16:00 - 17:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	17:00 - 18:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	18:00 - 19:00
Alfonso	Alfonso	alfonso.alfonso@uabc.edu.mx	Activo	Administración de Empresas	19:00 - 20:00

10:15 | pbn-zimo-fug

Personas

- Agregar personas
- Marta Ofelia Lobo Rodri...
- Miguel Angel Bermudez ...
- Miriam
- Omaira Cecilia Martinez ...
- Oskar Alberto Beltran Alc...
- Ricardo Verjan Quiñonez
- Ricardo Verjan Quiñonez
- Ricardo Verjan Quiñonez Presentación



Universidad Autónoma
de Baja California

Licenciado en Gestión Turística y Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo

Propuesta de modificación del Plan de Estudios 2009-2 e incorporación del programa de Técnico Superior Universitario que presentan la Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali; y la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.

Mexicali, Baja California, México. Octubre de 2021.

**Propuesta de modificación del plan de estudios 2009-2 del
programa educativo Licenciado en Gestión Turística, e
incorporación del programa de Técnico Superior
Universitario en Hospitalidad y Turismo**

Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali; y Facultad de Turismo y
Mercadotecnia, Tijuana.

DIRECTORIO

Dr. Daniel Octavio Valdez Delgadillo

Rector

Dr. Luis Enrique Palafox Maestre

Secretario General

Dra. Gisela Montero Alpírez

Vicerrectora campus Mexicali

M.I. Edith Montiel Ayala

Vicerrectora campus Tijuana

Dra. Mónica Lacavex Berumen

Vicerrectora campus Ensenada

Dr. Salvador Ponce Ceballos

Coordinador General de Formación Profesional

Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez

Directora de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana

Dr. Raúl González Núñez

Director de la Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.

Dr. Antelmo Castro López

Jefe del Departamento de Diseño Curricular

COORDINADOR DEL PROYECTO

Mtro. Ricardo Verján Quiñones.

COMITÉ RESPONSABLE

Mtra. Elda Areli Luque

Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez

Dra. Marisa Reyes Orta

Mtro. Omar Leonardo Valladares Icedo

Mtra. Valderes Espinoza Castañeda

Dra. Mayda González Espinoza

Mtra. Elizabeth Pérez Morales

Mtro. Alejandro Zazueta Valenzuela

ASESORÍA EN LA METODOLOGÍA DEL DESARROLLO CURRICULAR

Lic. Verónica Elizabeth Rosas Rojas

Dr. Antelmo Castro López

ASESORÍA EN EL DISEÑO DE PROGRAMAS DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

Mtra. Itzel Ashanty Moreno Heras

Mtro. Issac Aviña Camacho

Lic. Lizeth Stephanya Cano Lares

M.E. Raquel Arlete Rosas Cisneros

Mtra. Vanessa Saavedra Navarrete

Lic. Verónica Elizabeth Rosas Rojas

Índice

1. Introducción	10
2. Justificación	12
2.1. Fundamentación social.....	12
2.2. Fundamentación de la profesión.....	19
2.3. Fundamentación institucional	21
3. Filosofía educativa	26
3.1. Modelo educativo de la Universidad Autónoma de Baja California	26
3.2. Misión y visión de la Universidad Autónoma de Baja California	30
3.3. Misión y visión de la unidad académica.....	31
3.4. Misión, visión y objetivos del programa educativo Licenciado en Gestión Turística	31
4. Descripción de la propuesta.....	34
4.1. Etapas de formación.....	34
4.1.1. Etapa básica	34
4.1.2. Etapa disciplinaria	36
4.1.3. Etapa terminal.....	36
4.2. Descripción de las modalidades de aprendizaje y obtención de créditos, y sus mecanismos de operación.....	37
4.2.1. Unidades de aprendizaje obligatorias.....	38
4.2.2. Unidades de aprendizaje optativas.....	39
4.2.3. Otros cursos optativos.....	40
4.2.4. Estudios independientes	40
4.2.5. Ayudantía docente	41
4.2.6. Ayudantía de investigación.....	42
4.2.7. Ejercicio investigativo	43
4.2.8. Apoyo a actividades de extensión y vinculación	44
4.2.9. Proyectos de vinculación con valor en créditos (PVVC)	45
4.2.10. Actividades artísticas, culturales y deportivas.....	49
4.2.11. Prácticas profesionales.....	50
4.2.12. Programa de emprendedores universitarios	53
4.2.13. Actividades para la formación en valores.....	54
4.2.14. Cursos intersemestrales	55

4.2.15. Movilidad e intercambio estudiantil	55
4.2.16. Servicio social comunitario y profesional	58
4.2.17. Lengua extranjera.....	60
4.3. Titulación	61
4.4. Requerimientos y mecanismos de implementación	63
4.4.1. Difusión del programa educativo	63
4.4.2. Descripción de la planta académica	63
4.4.3. Descripción de la infraestructura, materiales y equipo.....	69
4.4.4. Descripción de la estructura organizacional	72
4.4.1. Descripción del Programa de Tutoría Académica.....	75
4.5. Operación y titulación del TSU	78
5. Plan de estudios de licenciatura.....	81
5.1. Perfil de ingreso.....	81
5.4. Características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación.....	84
5.5. Características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento	88
5.6. Mapa Curricular de Licenciado en Gestión Turística.....	92
5.7. Descripción cuantitativa del plan de estudios	93
5.8. Tipología de las unidades de aprendizaje.....	94
5.9. Equivalencias de las unidades de aprendizaje.....	100
6. Plan de estudios de Técnico Superior Universitario	104
6.1. Perfil de egreso	104
6.2. Campo profesional	104
6.3. Características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación.....	106
6.4. Características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento	108
6.5. Mapa Curricular de Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo	111
6.6. Descripción cuantitativa del plan de estudios	112
6.7. Tipología de las unidades de aprendizaje.....	113
7. Descripción del sistema de evaluación.....	116
7.1. Evaluación del plan de estudios	116
7.2. Evaluación del aprendizaje.....	117
7.3. Evaluación colegiada del aprendizaje.....	118
8. Revisión externa	121
9. Referencias.....	132

9. Anexos.....	137
9.1. Anexo 1. Formatos metodológicos.....	137
9.2. Anexo 2. Aprobación por los Consejos Técnicos.....	188
9.3. Anexo 3. Programas de unidades de aprendizaje.....	209
9.4. Anexo 4. Estudio de evaluación externa e interna del programa educativo	1161

1. Introducción

Los cambios en las últimas décadas plantean un nuevo contexto social, cultural, político y económico, demandando a la educación que privilegie en las políticas educativas los modelos curriculares flexibles y basados en competencias, que sean de calidad, pertinentes y oportunos.

Para analizar la pertinencia del plan de estudios 2009-2 del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística, se realizó una evaluación externa e interna de acuerdo con los planteamientos y políticas institucionales, a través de la *Metodología de los estudios de fundamentación para la creación, modificación y actualización de programas educativos de licenciatura de la Universidad Autónoma de Baja California* (UABC, 2018).

La evaluación externa abordó dos estudios: (1) de pertinencia social y (2) de referentes. En el primero, se analizaron las necesidades sociales, laborales, la oferta y demanda, y se realizó el estudio de egresados; en el segundo, se realizaron tres análisis: de la profesión, de programas educativos y de organismos nacionales e internacionales.

La evaluación interna incluyó la valoración de cuatro ejes: de mecanismos de operación del programa, del currículo, del personal académico, la infraestructura, servicios y de actividades complementarias de formación integral, tecnología de la información para la enseñanza y aprendizaje e idioma extranjero.

Con base en los resultados de las evaluaciones externa e interna y a partir de las recomendaciones del organismo acreditador del programa educativo, el Consejo de Acreditación de Ciencias Administrativas, Contables y Afines (CACECA), se llevó a cabo la modificación curricular del plan de estudios, la cual impactó en los objetivos del programa educativo, la inclusión de nuevas competencias en el perfil de egreso, modificaciones en el mapa curricular, actualización de diferentes elementos de los programas de unidades de aprendizaje (PUA) y la integración del Técnico Superior en Turismo y Hospitalidad asociado al currículo de licenciatura.

Este documento está estructurado en ocho grandes apartados. Primero se introduce el documento. En el segundo apartado, se plantea la justificación de la propuesta de modificación del plan de estudios 2009-2, a partir de la evaluación externa e interna del programa educativo. El tercer apartado contiene el sustento filosófico-educativo desde la perspectiva del Modelo Educativo de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2013), la misión y visión de la universidad y de la unidad académica; y la misión, visión y objetivos del programa educativo. El cuarto apartado detalla la propuesta a través de las etapas de formación, las modalidades de aprendizaje para la obtención de créditos y su operación, los requerimientos y mecanismos de implementación, el programa de tutorías, así como la planta académica, la infraestructura, materiales y equipo, y la organización de las unidades académicas, necesarias para operar el nuevo plan de estudios. En el quinto apartado se describe el plan de estudios del Licenciado en Gestión Turística, donde se indica el perfil de ingreso, el perfil de egreso, el campo profesional, las características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación y por áreas de conocimiento, el mapa curricular, la descripción cuantitativa del plan de estudios, la equivalencia y la tipología de las unidades de aprendizaje. El sexto apartado describe el plan de estudios de Técnico Superior Universitario en Turismo y Hospitalidad, donde se explica el perfil de egreso, campo profesional, características de las unidades de aprendizaje y el mapa curricular. El séptimo apartado define el sistema de evaluación tanto del plan de estudios como de aprendizaje. En el octavo apartado se integran las expresiones que emitieron expertos pares externos después de un proceso de revisión de la propuesta. Al final, se incluyen los anexos con los formatos metodológicos, actas de aprobación del Consejo Técnico de las unidades académicas, los programas de unidades de aprendizaje y el estudio de evaluación externa e interna del programa educativo.

2. Justificación

2.1. Fundamentación social

Para determinar las necesidades sociales y laborales, se realizó una investigación documental y una empírica. Esto permitió identificar las necesidades y problemáticas sociales y del mercado laboral que atenderá el egresado del programa educativo; y los campos laborales existentes y emergentes dentro del desarrollo de una sociedad, ya sea a nivel local, regional, nacional e internacional.

A partir de los resultados se identifica que, de 2009 a la fecha, el sector turístico a nivel mundial, en México y en la región, se ha transformado. La tecnología, el transporte, la comprensión de la diversidad, las economías compartidas y la búsqueda de experiencias únicas son factores de transformación a nivel mundial. A nivel nacional, se ha incrementado el número de vuelos internacionales que llegan a México como destino; se han agudizado los motivos de visita, derivando en una oferta turística que requiere demanda de personal con, al menos, un adecuado manejo del inglés y comprensión de la correcta gestión de las empresas. Sin embargo, al agudizarse la diversificación del turismo, se han incrementado las zonas receptoras.

A nivel internacional, la actividad turística representó, en 2016, el 10% del PIB mundial. Además, produjo uno de cada diez empleos, el 7% del valor del comercio internacional y el 30% de las exportaciones de servicios. Dentro de las exportaciones, ocupa el tercer lugar después de los productos químicos y combustibles y por delante de la industria automotriz y alimentos. En muchos países en desarrollo, el turismo es la principal categoría de exportación (OMT, 2017). El año 2016 marcó el séptimo año consecutivo de crecimiento sostenido en el turismo mundial, con llegadas que aumentan en un 4% o más cada año después de la crisis económica global de 2009. El crecimiento del transporte aéreo ha marcado, a su vez, la tendencia para el crecimiento del turismo, con el abaratamiento de costos y una mayor conectividad.

La expectativa de crecimiento del número de llegadas de vuelos internacionales a México es positiva y sostenida. Se prevé que, para el año 2030, se mantenga un crecimiento global de 3.3%. En los destinos de economías avanzadas, se prevé un crecimiento de más de 2.2% al año, mientras que para las economías emergentes será de 4.4%. En el caso de México, la tendencia es muy favorable: en 2016, la actividad turística creció un 9% en relación con el año anterior, muy por arriba del crecimiento global; con 35 millones de llegadas internacionales, se colocó en el octavo lugar en el ranking mundial. En cuanto a ingresos, en ese año se colocó en el catorceavo lugar, escalando dos lugares (OMT, 2017).

Debido a este comportamiento con tendencia positiva, los destinos compiten por atraer un mayor número de turistas. El Índice de Competitividad Turística y Viajes, que mide el conjunto de factores y políticas que contribuyen al desarrollo sostenible del sector y del país (ambiente favorecedor, políticas y condiciones de turismo deseables, infraestructura y la valoración de los recursos naturales y culturales), en 2017, ubicó a España, Francia, Alemania, Japón, Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Italia, Canadá y Suiza, entre los primeros lugares. México se encuentra en la posición 22 en el ranking mundial, mejorando ocho sitios en relación al 2015 y en tercer lugar en América. Los valores más bajos del índice para el país son: el ambiente de negocios y la seguridad.

Tradicionalmente, el turismo se vincula con las actividades de sol y playa. Sin embargo, en las últimas décadas, ha habido un cambio en el comportamiento de los visitantes que buscan experiencias únicas y heterogéneas, hospedaje no tradicional y comida regional. Asimismo, el mercado laboral se ha flexibilizado permitiendo que la actividad turística pierda su estacionalidad característica (Bonilla, 2013; Királ'ová, 2014). Esta diversificación complica la recolección de información de la derrama económica y el comportamiento del consumidor para la mejora de la oferta turística.

Ante el comportamiento de la demanda diversificada, existe una tendencia a la hipersegmentación, sofisticación y especialización (Királ'ová, 2014). Estas características hacen que la estandarización del servicio tienda a adaptarse a diversas actividades al contar con múltiples proveedores. El marketing personalizado y la rotación son los retos derivados (Sigala, 2003). Quesada (2010) propone una clasificación de este turismo

especializado, dividido en seis categorías: de placer o hedónico, de salud, negocios, cultural, deportivo, sostenible y otros. Así, se destacan valores intangibles de las regiones para construir productos turísticos competitivos. En este mismo tenor, Niezgodá y Markiewicz (2014) se refieren al turismo de naturaleza y cultural, bajo la denominación de *slow tourism*, el cual promueve la realización de actividades recreativas que se disfrutan a tiempo lento, enfocándose en ello. Respecto al turismo gastronómico, este parte de la identificación de los recursos culturales de la región para promover su revalorización (Bekier-Jaworska y Bochenek, 2014); por otra parte, se desarrolla el redireccionamiento de turismo de sol y playa a turismo de negocios Seebaluck, (2015); así como el turismo médico y de salud o de bienestar (Percy y Lester, 2012). También, de acuerdo con la clasificación del espacio donde se realiza la actividad turística, el turismo rural y el urbano surgen como alternativas de esparcimiento (Selin y Tolga, 2013; Simon y Vartolomei, 2014).

La aparición de líneas de bajo costo y el transporte colaborativo son factores que incrementan el flujo de turistas, haciendo accesibles los viajes a un mayor número de población de menores ingresos (Bonilla, 2013). En Europa, el tren de alta velocidad permite la interconexión entre destinos. Asimismo, los esquemas de transporte compartido o colaborativo representan un reto para las agencias tradicionales: Uber y BlaBlaCar son ejemplos de esta tendencia.

Las tecnologías de la información han modificado los esquemas de promoción, permitiendo acercarse e influir en el usuario, a través de las experiencias de otros visitantes al destino, centralizando el poder de las Agencias de Viaje Online (OTAs) y hasta generando turismo virtual (Bonilla, 2013).

El turista es consciente del impacto ambiental de sus acciones. La sustentabilidad se incorpora a la actividad turística de tres maneras: 1) el turismo de naturaleza y la conservación de los sitios naturales para el disfrute de los servicios culturales y recreativos; 2) la disminución del impacto ambiental y el respeto de la capacidad de carga del sitio en los servicios de soporte turísticos (la compensación por emisión de huellas de carbono en la transportación turística, la demanda de comida elaborada en restaurantes a partir de productos regionales); y 3) la demanda de eventos no degraden el ambiente.

Y que disminuyan el uso de materiales no biodegradables. La actividad turística es vista como un mecanismo de conservación ambiental (Ramos y Fernández, 2013). Para Valkova, (2014) uno de los retos del turismo actual es ser accesible para todas las personas de diferentes edades, habilidades, intereses y límites, incluyendo a las personas con discapacidad.

En México, el sector turístico presenta un gran dinamismo y crecimiento de la demanda de servicios de gestión turística. En el 2017, llegaron 39.3 millones de turistas internacionales, equivalentes a una derrama económica de 21 mil 333 millones de dólares (12% de crecimiento respecto al año anterior). El turismo interno contabilizó 58 millones 901 mil turistas hospedados, que representa el 73.9% de la ocupación hotelera (Datatur, 2018). Asimismo, representó, en el 2016, el 8.7% del PIB. De esto, la mayor contribución al PIB se encuentra en la prestación de servicios de alojamiento, transporte y restaurantes (INEGI 2018).

Durante los últimos años, en Baja California, se desarrolló el turismo enológico, gastronómico, de aventura, médico, urbano y rural. Esto presenta como reto la integración y comercialización de producto turístico, así como el fortalecimiento de una cultura de gestión de calidad en el servicio y el aprovechamiento del patrimonio cultural y natural de manera sostenible.

Con base en lo anterior, se deberá de considerar como elemento de importancia o de cumplimiento en los primeros semestres, contar con un adecuado manejo del inglés, como segunda lengua. La modificación del nuevo plan de estudios considera las recomendaciones vertidas en el diagnóstico, para dar respuesta a las necesidades actuales y futuras del sector a nivel empresarial y de gestión de destino emergente, promoviendo la innovación y la construcción de una cultura de calidad.

El programa educativo de Licenciado en Gestión Turística opera en un contexto particular derivado de la posición geográfica del estado de Baja California: baja densidad poblacional, la tercerización de la economía y el dinamismo de condición de frontera con Estados Unidos que diferencian a esta región de las del centro y sur de México.

Baja California está ubicado en el noroeste de México, en el territorio peninsular que comparte con Baja California Sur. Al norte, limita con Estados Unidos de Norteamérica (con una frontera de 265 km, de los cuales 233 corresponden al estado de California y 32 km al estado de Arizona); hacia el sur, se encuentra limitado por el estado de Baja California Sur; al poniente, por el Océano Pacífico; y al noroeste, por el Golfo de California (CONABIO, 2018). La entidad está conformada por seis municipios: Mexicali, Tijuana, Ensenada, Tecate, Playas de Rosarito y San Quintín.

En los seis municipios, el sector de servicios es el que incorpora la mayor cantidad de población económicamente activa. Sin embargo, las variaciones son destacables, en consideración con las vocaciones productivas de cada municipio: Tijuana es el municipio con mayor cantidad de empleos generados en el sector manufacturero. Mexicali y Ensenada presentan una carga de empleos similar con un porcentaje importante en la producción agrícola. Sin embargo, Mexicali presenta también una importante contribución del sector industrial en la generación de empleos. Ensenada destaca en agricultura y en servicios, esto derivado de la producción de los valles agrícolas y el turismo enológico. Finalmente, Rosarito emplea a 61% de su población activa en el sector servicios, destacando el turismo. Por su parte, San Quintín está enfocado en la producción agrícola.

La vocación industrial de Baja California se debe, principalmente, a las exportaciones hacia Estados Unidos. De acuerdo con el IMCO (2016), Chihuahua y Baja California son las entidades que más capacidad exportadora presentan (en 2014, 10.6% de las exportaciones totales de México, por parte de Baja California).

A su vez, la conectividad de Baja California es buena. Cuenta con carreteras que conectan las principales ciudades de la península y el resto del país, un puerto de altura y dos aeropuertos que reciben vuelos nacionales e internacionales. Cuatro son las carreteras principales: 1) La Transpeninsular o número 1, que conecta toda la península, de norte a sur, desde Tijuana, Ensenada hasta Los Cabos en Baja California Sur. Su ruta es un recorrido turístico per sé y es la única vía de acceso al sur de la península. Esta carretera sirve como escenario para la realización de eventos, tales como la carrera ciclista Rosarito-Ensenada y las carreras de autos fuera de camino, Baja Mil o Baja 500. 2) La carretera número 2 se transita de Oeste a Este; inicia en Tijuana y se enlaza con

Tecate y Mexicali, la capital del estado. Posteriormente, se adentra al estado de Sonora hasta llegar al estado de Tamaulipas. 3) La carretera número 3 conecta parte de los municipios de Tecate, Ensenada y Mexicali. Inicia en Tecate, para luego dirigirse hacia el Sur, a través de la Ruta del Vino en el Valle de Guadalupe. Posteriormente, rumbo al Este, atravesando el Valle de Ojos Negros y finalizando en El Chinero (localizado en el municipio de Mexicali). La carretera federal número 5 inicia en Mexicali, pasando por El Chinero, el Puerto turístico de San Felipe, esto en el municipio de Mexicali, siguiendo su recorrido dentro del municipio de Ensenada por la zona del Mar de Cortés hasta Bahía de San Luis Gonzaga terminando en la Laguna Chapala al entroncar con la carretera federal 1.

Ensenada cuenta con un puerto de altura que permite el transporte de mercancías y la recepción de cruceros internacionales. Tiene una posición estratégica, al ser el puerto más cercano a la frontera con Estados Unidos. Además, permite la conexión con 64 puertos de 28 países. Destaca la interacción con el sureste asiático, derivado del comercio de la industria maquiladora (API, 2018). Respecto a los cruceros, la terminal data de 1988 y cuenta con dos posiciones de atraque (permitiendo dos barcos simultáneamente) que cubren la ruta desde Los Ángeles o Long Beach, California. De acuerdo con datos del Centro Metropolitano de Información Económica y Empresarial (CEMDI, 2018) se reciben mensualmente 23 cruceros turísticos de los que bajan 55 mil pasajeros. Este promedio ha ido al alza en los últimos años. Otro puerto importante, en este caso de cabotaje, es el de San Felipe en el Mar de Cortés, en el municipio de Mexicali, el cual se destaca por sus eventos fuera de camino.

El aeropuerto más importante de la entidad es el de Tijuana. Es operado por el Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP). De acuerdo con el Foro de Economía Mundial (2017) cuenta con 34 destinos. Es el quinto más importante en transporte de pasajeros, después de Ciudad de México, Cancún, Guadalajara y Monterrey. Entre estos cinco, es el que presenta la tasa de crecimiento más alta. Entre 2017 y 2019 presenta una variación de 23.2% pasando de 248,305 pasajeros a 305,789 (Datatur, 2019). Parte de este incremento en la cantidad de usuarios se debe a la puesta en operación del cruce fronterizo *Cross Border Express* (puente binacional de cruce inmediato, sin salir del

aeropuerto). Otro aspecto a resaltar es que, en el reciente año, puso en operación dos rutas nuevas hacia las ciudades de Mérida y Loreto, en Yucatán y Baja California Sur, respectivamente, con lo cual llega a 34 ciudades nacionales y logra la conectividad aérea en 25 estados del país.

Otro aeropuerto importante es el de Mexicali. De acuerdo con el Monitor Económico de Baja California (2019), el aeropuerto internacional de Mexicali se encuentra entre los treinta aeropuertos con mayor crecimiento en la República Mexicana y ha tenido el mayor incremento en el número de asientos ofertados. Su posición dentro de la red de aeropuertos ha pasado en los últimos diez años del lugar 26 al 17 de todo el país. Indica que ha tenido un incremento de 41.6 % de pasajeros y señala un cambio en el perfil de estos, que ahora son, en su mayoría, viajeros de negocios. Destaca que, del 2015 al 2018, el aeropuerto internacional pasó de tres a ocho destinos conectados en forma directa. Adicionalmente, hay otros dos aeropuertos que cubren rutas locales en Ensenada, Isla de Cedros y se proyecta la construcción de uno más en Ojos Negros.

Evaluando la competitividad del estado, se encuentra en la posición número 11 en contribución al PIB; es el segundo de base exportadora a nivel nacional, en el Índice de Competitividad Estatal Nacional del IMCO. En 2016, la entidad cayó del lugar 17 al 25. Sin embargo, esta caída no se debe a condiciones de base económica, sino sociales y de gestión pública. El índice mide la capacidad de los estados para atraer y retener talento e inversión, siendo consistente para mejorar su productividad y generar bienestar para sus habitantes. Los estados que están en los primeros lugares del ranking son: Ciudad de México, Aguascalientes, Nuevo León, Colima y Querétaro. El IMCO explica que el comportamiento de Baja California en el ranking se deriva de una opacidad en la gestión del presupuesto estatal y por el desabasto de agua a la población; también se registró un incremento en la tasa de suicidios de 3.5 a 5.1 por cada 100 mil personas y por la disminución de conexión de hogares al sistema de alcantarillado.

2.2. Fundamentación de la profesión

En la revisión del estado actual y prospectivo de la profesión del turismo, se reconoce que es un campo de aplicación multidisciplinario que ha transitado de la especialización técnica a la administración y a la gestión integral de las experiencias vinculadas al turista; del turismo para las élites, al turismo de masas y el turismo hiperespecializado. La profesión se ha transformado, destacando los puntos siguientes a considerar para la reestructuración del plan de estudios:

- Las profesiones están vinculadas a las empresas y espacios que se relacionan con turistas y actividades recreativas: hotelería, empresas de alimentos y bebidas, viajes, eventos, atracciones, transporte, promoción, comunicación y gestión de destino.
- La formación de los profesionales tiene un fuerte componente práctico, vinculado a la comprensión de las actividades de soporte de intermediación y gestión en las empresas turísticas.
- El conocimiento del turismo, desde la perspectiva geográfica y económica, y la administración de empresas turísticas ya no son componentes suficientes para atender las necesidades de la formación de los profesionales del sector. La revisión documental realizada destaca la incorporación de conocimientos en mercadotecnia, comunicación y de tecnologías de la información (aplicadas en toda la cadena de valor de la actividad turística).
- La hiperespecialización de la actividad turística demanda que el profesional cuente con competencias para el trabajo interdisciplinario y transdisciplinario.
- La competitividad de los destinos turísticos y la búsqueda, por parte de los turistas, de experiencias singulares demandan de los profesionales del turismo competencias en manejo de la hospitalidad y procesos centrados en la alta satisfacción del cliente en servicios turísticos, estandarizando calidad, pero en diseño de experiencias únicas.
- Las transformaciones derivadas del turista, la transportación y las tecnologías de la información demandan innovación, creatividad, capacidad de adaptación y emprendimiento; requieren una base de investigación aplicada, pensamiento crítico y análisis.

- El uso de tecnologías de la información debe ser uno de los puntos angulares de la formación del profesional vinculado al turismo. El manejo de bases de datos para la toma de decisiones es uno de los ejes de aplicación más destacados que incorpora manejo estadístico, análisis y diseño de estrategias. La comunicación, la promoción y ventas también incorporan el uso de plataformas digitales y comunicación en línea.
- El turismo se ha internacionalizado, por lo que se demandan habilidades de comunicación en distintos idiomas.
- La responsabilidad social y la sustentabilidad son dos elementos sustantivos del profesional del turismo, reconociendo que el turismo genera beneficios múltiples si se realiza bajo estos principios; los sistemas de gestión aplicados a estos criterios, serán un mecanismo adecuado para la formación de dichas competencias.

De acuerdo con dicha información, el contacto del estudiante con unidades de aprendizaje que abordan la temática turística no debe ser postergado ni procrastinado al inicio de su formación universitaria. Resultaría de gran beneficio para su formación que el abordaje de tan importantes temas vaya suministrándose de manera natural y lógica en los futuros licenciados en gestión turística.

Por otra parte, con base en los datos observados a lo largo del análisis comparativo que ha sido realizado, tanto en el ámbito nacional como en el internacional, es necesario realizar ajustes de contenido en las etapas subsecuentes a la básica, las cuales se entienden de mayor contenido temático turístico, con mayor fuerza formativa y competente, como es en los casos disciplinario y terminal. En este sentido, se recomienda integrar al nuevo plan de estudios de Licenciado en Gestión Turística, no solo asignaturas de vanguardia relacionadas con las nuevas tecnologías y tendencias, sino también con unidades de aprendizaje que respondan y atiendan los nuevos tipos de turismo en la región; es decir, la atención de turismos cada vez más especializados y de relativo nuevo auge regional: como el turismo gastronómico, rural, enológico, negro, etcétera. De esta manera, se integrarán, en las etapas disciplinaria y terminal, asignaturas especializadas de vanguardia y con vigencia actual.

2.3. Fundamentación institucional

De acuerdo con la opinión de los organismos mundiales de turismo, existe una tendencia al crecimiento y desarrollo de la actividad, por lo que en la implementación de los programas educativos deberán considerarse nuevos enfoques, tales como: el desarrollo sustentable, las buenas prácticas profesionales, el desarrollo económico y la gerencia con un enfoque para la conservación y alivio a la pobreza. Aunado a lo anterior, los organismos acreditadores de la calidad en la educación turística se ocupan de evaluar los indicadores del proceso y mantener vigentes a los programas educativos.

Se concluye que, en cuanto a la operatividad del programa educativo, existe congruencia entre los objetivos, la misión y visión, la formación práctica, el aprendizaje enfocado a la operación y gestión, la comprensión del entorno real y sus problemáticas, y el desarrollo del pensamiento crítico. La formación en materia de gestión facilita que los profesionales que egresan del programa educativo contribuyan al desarrollo del sector turístico, insertándose en áreas de supervisión, a partir de las cuales, con una actitud propositiva e innovadora, desarrollarán una carrera profesional.

En lo que refiere al análisis de la misión y visión del programa educativo, se concluye que estas se deberán de formular de manera homologada, para asegurar la congruencia, articulación y cumplimiento de la visión y misión institucionales. El perfil de ingreso debe incorporar, deseablemente, conocimientos intermedios de inglés, del área económico-administrativa y actitudes enfocadas al trato con las personas. El perfil de egreso deberá actualizarse considerando las nuevas tendencias de la diversificación del mercado turístico, tales como las tecnologías y economías compartidas, entre otros elementos mencionados en la evaluación externa.

Los recursos permiten una operación adecuada, pero limitada para equipamiento (software especializado y equipamiento del laboratorio de alimentos y bebidas, taller de hospedaje, laboratorio de viajes y bibliografía especializada), además de restricciones en las salidas de campo.

Será necesario mantener la proporción de la base administrativa, incorporándola a la comprensión de gestión de las empresas del sector turístico, fortaleciendo la especialización en etapa disciplinaria (y no en la básica, como actualmente se encuentra). También se hizo evidente que es necesario fortalecer la línea de conocimiento del área de mercadotecnia, en etapa disciplinaria y terminal, así como incorporar más unidades de aprendizaje en inglés desde la etapa básica, lo que permitirá el fortalecimiento del idioma.

Dentro del área de conocimientos humanos, en el diseño actual no se incorporan materias de comunicación ni relaciones públicas. También se deberá mejorar la aplicación de las tecnologías de manera transversal.

Se considera pertinente la realización de una estancia empresarial, durante la etapa disciplinaria, para que el estudiante regrese a cursar unidades de aprendizaje de aplicación de innovación y buenas prácticas en empresas del sector en la región, contribuyendo así al desarrollo local, realizando, previamente, planes de gestión empresarial de distintos criterios en unidades de aprendizaje integradoras.

En el estudio de egresados, las actividades académicas de mayor impacto fueron las estancias profesionales, el viaje de familiarización, las prácticas de campo y las horas de profesionalización, que son elementos que vinculan al estudiante con el sector real, en la lógica de formación de aprender haciendo. Estos elementos deberán de mantenerse y considerar el número de horas de dedicación en el nuevo plan de estudios. Se deberá incorporar de manera transversal el manejo de tecnologías para el aprendizaje, así como el uso de programas y plataformas especializadas en las distintas áreas del turismo.

Los resultados del estudio empírico, el análisis y reflexiones colegiadas indican que los mecanismos empleados en la operación del PE tanto en la FCA como en la FTYM son pertinentes más no suficientes para garantizar el perfil de egreso. Se reconocen limitaciones en el manejo de otros idiomas, deficiencias en la integración y comercialización de producto turístico, así como una visión holística de la actividad vinculada a su entorno. También son necesarios un análisis crítico, empatía, entre otros elementos deseables que son acordes al estado actual del turismo.

Existe un área de oportunidad para la incorporación de alumnos al ámbito laboral, a partir de la obtención de un grado de Técnico Superior Universitario. Por lo tanto, además de los cambios en el plan de estudios de licenciatura, se integra dentro mismo, el TSU en Hospitalidad y Turismo, bajo las siguientes consideraciones:

De acuerdo con la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE) de la UNESCO (2013), el Técnico Superior Universitario se ubica en el nivel 5 denominado educación terciaria destinada a impartir a los participantes conocimientos, habilidades y competencias profesionales. Se requiere terminar de forma exitosa el nivel CINE 3 o 4 y generalmente es menos largo y teórico que el CINE 6. Cabe señalar que, aunque estén diseñados para preparar para el empleo, también pueden otorgar créditos transferibles para nivel de licenciatura (CINE 6).

La UNESCO describe los criterios de clasificación donde el contenido del programa del nivel CINE 5 debe ser más complejo que los niveles anteriores y menos que el siguiente nivel. En cuanto a la duración mínima, explica que debe ser de dos años (suele tener una duración inferior a tres años) y debe ofrecer una orientación de educación general y vocacional (UNESCO, 2013).

En México, distintas empresas expresaron a la OCDE el deseo de contratar a más egresados de TSU y profesional asociado (OCDE, 2019). Esto no es nuevo en el país, ya que, desde 1990, las políticas de reforma dirigidas a la educación superior han promulgado como uno de sus ejes de acción la diversificación del sistema mediante la creación y apoyo a instituciones educativas en las que se ofrecen modalidades educativas diferentes a las tradicionales licenciaturas universitarias, para ofertar formas de organización curricular y de funcionamiento institucional flexibles (Ruiz, 2007). De acuerdo con Ruiz (2009), la creación de instituciones dedicadas a la formación de TSU en dos años constituye un acierto en las políticas educativas, ya que no sólo ensancha opciones de educación superior distintas a la educación profesional, sino que también representan oportunidades de acceso a este nivel educativo, para favorecer la igualdad de la sociedad.

En el Diario Oficial de la Federación, en el número del 17 de noviembre de 2017, se establecen los trámites y procedimientos relacionados con el reconocimiento de validez oficial de estudios del tipo superior, define al Técnico Superior Universitario o Profesional Asociado como la opción posterior al bachillerato y anterior a la licenciatura, orientada a la formación práctica y específica de un campo profesional, donde se obtiene un título profesional. Puede ser acreditado por parte del plan de estudios de una licenciatura (DOF, 2017).

Cualquier Institución de Educación Superior (IES) pública o privada podrá solicitar el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE) de un Técnico Superior Universitario o Profesional Asociado. Este deberá estar orientado al desarrollo de habilidades y destrezas relativas a una actividad profesional específica que se den a través de prácticas laborables o ambientes equivalentes y tener un mínimo de 180 créditos y 1440 horas en la modalidad escolarizada (DOF, 2017).

Para formar a un Técnico Superior Universitario es necesario dotar a los estudiantes de conocimientos y habilidades prácticas, para que no solo puedan integrarse plenamente en la carrera intermedia de la estructura profesional, sino también asegurar el desarrollo continuo del trabajo (ANUIES, 2007).

Actualmente, en México se ofertan diversos programas de Técnico Superior Universitario en áreas afines, particularmente en el sistema de Universidades Tecnológicas. De esta manera, es una oportunidad de educación superior, pero en el nivel operativo.

En el modelo educativo de la UABC, un principio orientador es el proceso formativo que contempla, en el ciclo profesional, al Técnico Superior Universitario previo al logro del grado de licenciatura (UABC, 2018).

El plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística ha mantenido un discreto incremento, pero también ha tenido un importante índice de rezago. En la evaluación interna del programa educativo se identificó que se encontraban

rezagados alumnos de los periodos entre 2018-1 y 2019-1, principalmente en etapas disciplinaria y terminal. Lo anterior facilita la no conclusión de los estudios de licenciatura.

La Facultad de Ciencias Administrativas y la Facultad de Turismo y Mercadotecnia proponen el TSU en Hospitalidad y Turismo, como una opción de salida lateral para aquellos alumnos que consideren no continuar o detener sus estudios de licenciatura.

Adicionalmente, a través de esta opción, se ofrece la posibilidad de obtener valor agregado a la formación de los estudiantes con una incorporación mucho más amplia al sector profesional previo al egreso del programa educativo.

Tabla 1. *Diferencias curriculares entre el plan de estudios de 2009-2 y el nuevo plan propuesto.*

Plan 2009-2	Plan 2022-1
239 créditos obligatorios	248 créditos obligatorios
76 créditos optativos	71 créditos optativos
15 créditos de prácticas profesionales	15 créditos de prácticas profesionales
Tronco común de dos semestres con enfoque contable-administrativo.	Tronco común de dos semestres con enfoque en negocios.
Áreas de conocimiento: <ul style="list-style-type: none"> - Gestión turística (Organización de eventos, servicios turísticos, empresas de alimentos y bebidas, hospedaje) - Finanzas básicas - Formación integral 	Áreas de conocimiento: <ul style="list-style-type: none"> - Gestión turística (organización de eventos, hospitalidad, servicios de viajes, intermediación turística, empresas de alimentos y bebidas y hospedaje) - Finanzas aplicadas - Innovación - Formación integral - Administración - Calidad - Mercadotecnia
Inglés cuenta sólo con una unidad de aprendizaje obligatoria en sexto semestre.	Inglés cuenta con seis unidades de aprendizaje, de las cuales dos son cursos de inglés básico a intermedio; una es de inglés especializado en turismo y tres abordan temas vinculados a la innovación turística y mercadotecnia en inglés.
2000 horas en diferentes modalidades de práctica	1654 horas en diferentes modalidades de práctica

Fuente: Elaboración propia.

3. Filosofía educativa

3.1. Modelo educativo de la Universidad Autónoma de Baja California

La Universidad Autónoma de Baja California (UABC), consciente del papel clave que desempeña en la educación, dentro de su modelo educativo integra el enfoque educativo por competencias, debido a que busca incidir en las necesidades del mundo laboral, formar profesionales creativos e innovadores y ciudadanos más participativos. Además, una de sus principales ventajas es que propone volver a examinar críticamente cada uno de los componentes del hecho educativo y detenerse en el análisis y la redefinición de las actividades del profesor y estudiantes para su actualización y mejoramiento.

Bajo el modelo actual y como parte del ser institucional, la UABC se define como una comunidad de aprendizaje donde los procesos y productos del quehacer de la institución en su conjunto, constituyen la esencia de su ser. Congruente con ello, utiliza los avances de la ciencia, la tecnología y las humanidades para mejorar y hacer cada vez más pertinentes y equitativas sus funciones sustantivas.

En esta comunidad de aprendizaje se valora particularmente el esfuerzo permanente en busca de la excelencia, la justicia, la comunicación multidireccional, la participación responsable, la innovación, el liderazgo fundado en las competencias académicas y profesionales, así como una actitud emprendedora y creativa, honesta, transparente, plural, liberal, de respeto y aprecio entre sus miembros y hacia el medio ambiente.

El modelo educativo de la UABC se sustenta filosófica y pedagógicamente en el humanismo, el constructivismo y la educación a lo largo de la vida. Es decir, concibe la educación como un proceso consciente e intencional, al destacar el aspecto humano como centro de significado y fuente de propósito, acción y actividad educativa, consciente de su accionar en la sociedad; promueve un aprendizaje activo y centrado en el alumno y en la educación a lo largo de la vida a través del aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser (UABC, 2013).

El modelo define tres atributos esenciales: la flexibilidad curricular, la formación integral y el sistema de créditos. La flexibilidad curricular, entendida como una política que permite la generación de procesos organizativos horizontales, abiertos, dinámicos e interactivos que facilitan el tránsito de los saberes y los sujetos sin la rigidez de las estructuras tradicionales, se promueve a través de la selección personal del estudiante, quien, con apoyo de su tutor, elegirá la carga académica que favorezca su situación personal. La formación integral, que contribuye a formar en los alumnos actitudes y formas de vivir en sociedad sustentadas en las dimensiones ética, estética y valoral; ésta se fomentará a través de actividades deportivas y culturales integradas a su currículo, así como en la participación de los estudiantes a realizar actividades de servicio social comunitario. El sistema de créditos, reconocido como recurso operacional que permite valorar el desempeño de los alumnos; este sistema de créditos se ve enriquecido al ofrecer una diversidad de modalidades para la obtención de créditos (UABC, 2013).

Asimismo, bajo una perspectiva institucional, la Universidad encamina hacia el futuro, los esfuerzos en los ámbitos académico y administrativo a través de cinco principios orientadores, cuyos preceptos se encuentran centrados en los principales actores del proceso educativo, en su apoyo administrativo y de seguimiento a alumnos (UABC, 2013):

1. El alumno como ser autónomo y proactivo, corresponsable de su formación profesional.
2. El currículo que se sustenta en el humanismo, el constructivismo y la educación a lo largo de la vida.
3. El docente como facilitador, gestor y promotor del aprendizaje, en continua formación y formando parte de cuerpos académicos que trabajan para mejorar nuestro entorno local, regional y nacional.
4. La administración que busca ser eficiente, ágil, oportuna y transparente al contribuir al desarrollo de la infraestructura académica, equipamiento y recursos materiales, humanos y económicos.
5. La evaluación permanente es el proceso de retroalimentación de los resultados logrados por los actores que intervienen en el proceso educativo y permite reorientar los esfuerzos institucionales al logro de los fines de la UABC.

Además, el Modelo Educativo se basa en el constructivismo, que promueve el aprendizaje activo, centrado en el alumno y en la educación a lo largo de la vida de acuerdo con los cuatro pilares de la educación establecidos por la UNESCO: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser. Estos se describen a continuación (UABC, 2013):

- a. Aprender a conocer. Debido a los cambios vertiginosos que se dan en el conocimiento, es importante prestar atención a la adquisición de los instrumentos del saber que a la adquisición de los conocimientos. La aplicación de este pilar conlleva al diseño de estrategias que propicien en el alumno la lectura, la adquisición de idiomas, el desarrollo de habilidades del pensamiento y el sentido crítico. Además, implica el manejo de herramientas digitales para la búsqueda de información y el gusto por la investigación; en pocas palabras: el deseo de aprender a aprender.
- b. Aprender a hacer. La educación no debe centrarse únicamente en la transmisión de prácticas, sino formar un conjunto de competencias específicas adquiridas mediante la formación técnica y profesional, el comportamiento social, la actitud para trabajar en equipo, la capacidad de iniciativa y la de asumir riesgos.
- c. Aprender a vivir juntos. Implica habilitar al individuo para vivir en contextos de diversidad e igualdad. Para ello, se debe iniciar a los jóvenes en actividades deportivas y culturales. Además, propiciar la colaboración entre docentes y alumnos en proyectos comunes.
- d. Aprender a ser. La educación debe ser integral para que se configure mejor la propia personalidad del alumno y se esté en posibilidad de actuar cada vez con mayor autonomía y responsabilidad personal. Aprender a ser implica el fortalecimiento de la personalidad, la creciente autonomía y la responsabilidad social (UABC, 2013).

El rol del docente es trascendental en todos los espacios del contexto universitario, quien se caracteriza por dos distinciones fundamentales: (1) la experiencia idónea en su área profesional, que le permite extrapolar los aprendizajes dentro del aula a escenarios reales, y (2) la apropiación del área pedagógica con la finalidad de adaptar el proceso de enseñanza a las características de cada grupo y en la medida de lo posible de cada alumno, estas enseñanzas deben auxiliarse de estrategias, prácticas, métodos, técnicas

y recursos en consideración de los lineamientos y políticas de la UABC, las necesidades académicas, sociales y del mercado laboral¹. El docente que se encuentra inmerso en la comunidad universitaria orienta la atención al desarrollo de las siguientes competencias pedagógicas:

- a. Valorar el plan de estudios de Licenciado en Gestión Turística, mediante el análisis del diagnóstico y el desarrollo curricular, con el fin de tener una visión global de la organización y pertinencia del programa educativo ante las necesidades sociales y laborales, con interés y actitud inquisitiva.
- b. Planear la unidad de aprendizaje que le corresponde impartir y participar en aquellas relacionadas con su área, a través de la organización de contenido, prácticas educativas, estrategias, criterios de evaluación y referencias, para indicar y orientar de forma clara la función de los partícipes del proceso y la competencia a lograr, con responsabilidad y sentido de actualización permanente.
- c. Analizar el Modelo Educativo, por medio de la comprensión de su sustento filosófico y pedagógico, proceso formativo, componentes y atributos, para implementarlos pertinentemente en todos los procesos que concierne a un docente, con actitud reflexiva y sentido de pertenencia.
- d. Implementar métodos, estrategias, técnicas, recursos y prácticas educativas apropiadas al área disciplinar, a través del uso eficiente y congruente con el modelo educativo de la Universidad, para propiciar a los alumnos experiencias de aprendizajes significativas y de esta manera asegurar el cumplimiento de las competencias profesionales, con actitud innovadora y compromiso.
- e. Evaluar el grado del logro de la competencia de la unidad de aprendizaje y de la etapa de formación, mediante el diseño y la aplicación de instrumentos de evaluación válidos, confiables y acordes al Modelo Educativo y de la normatividad institucional, con la finalidad de poseer elementos suficientes para valorar el desempeño académico y establecer estrategias de mejora continua en beneficio del discente, con adaptabilidad y objetividad.

¹ La Universidad, a través del Programa Flexible de Formación y Desarrollo Docente procura la habilitación de los docentes en el Modelo Educativo de la UABC que incluye la mediación pedagógica y diseño de instrumentos de evaluación.

- f. Implementar el Código de Ética de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2017), mediante la adopción y su inclusión en todos los espacios que conforman la vida universitaria, para promover la confianza, democracia, honestidad, humildad, justicia, lealtad, libertad, perseverancia, respeto, responsabilidad y solidaridad en los alumnos y otros entes de la comunidad, con actitud congruente y sentido de pertenencia.
- g. Actualizar los conocimientos y habilidades que posibilitan la práctica docente y profesional, mediante programas o cursos que fortalezcan la formación permanente y utilizando las tecnologías de la información y comunicación como herramienta para el estudio autodirigido, con la finalidad de adquirir nuevas experiencias que enriquezcan la práctica pedagógica y la superación profesional, con iniciativa y diligencia.

3.2. Misión y visión de la Universidad Autónoma de Baja California

Misión

Formar integralmente ciudadanos profesionales, competentes en los ámbitos local, nacional, transfronterizo e internacional, libres, críticos, creativos, solidarios, emprendedores, con una visión global y capaces de transformar su entorno con responsabilidad y compromiso ético; así como promover, generar, aplicar, difundir y transferir el conocimiento para contribuir al desarrollo sustentable, al avance de la ciencia, la tecnología, las humanidades, el arte y la innovación, y al incremento del nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país (UABC, 2019, p. 91).

Visión

En 2030, la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) es ampliamente reconocida en los ámbitos nacional e internacional por ser una institución socialmente responsable que contribuye, con oportunidad, equidad, pertinencia y los mejores estándares de calidad, a incrementar el nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país, así como a la generación, aplicación innovadora y transferencia del conocimiento, y a la promoción de la ciencia, la cultura y el arte (UABC, 2019, p. 91).

3.3. Misión y visión de la unidad académica

Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali

Misión

Formar profesionales analíticos, críticos, propositivos y emprendedores capaces de tomar decisiones con visión global, liderazgo, valores y conciencia turística, en el ámbito local, nacional e internacional. Generar y divulgar conocimientos, vincularse con los sectores público, social y empresarial que permita participar en la promoción de los recursos naturales, culturales e históricos, bajo el esquema de sustentabilidad para el desarrollo y consolidación eco-nómica de la región y del país. (UABC, 2018, párr.4).

Visión

La Facultad de Ciencias Administrativas busca ser un centro académico de excelencia en la formación de profesionales y en la generación de conocimientos vanguardistas en las ciencias administrativas y reconocida por su activa participación y la de sus egresados en el desarrollo de la sociedad. (UABC, 2018, párr. 5).

Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana

Misión

Formar profesionales con visión global de los negocios en gestión empresarial del turismo y la mercadotecnia. (UABC, 2019, p.43).

Visión

Consolidarse como una facultad que ofrece programas de licenciatura y posgrado de alto nivel en la gestión del turismo y la mercadotecnia con reconocimiento de la sociedad. (UABC, 2019, p. 43).

3.4. Misión, visión y objetivos del programa educativo Licenciado en Gestión Turística

En congruencia con la filosofía educativa de la UABC, la Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali; y la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana buscan formar profesionistas de excelencia y alto nivel competitivo, capaces de aplicar sus conocimientos y habilidades para enfrentar y resolver los retos propios al entorno

regional, actual y futuro. Además, busca generar conocimiento y extenderlo a la comunidad, llevándolo a su aplicación en el ámbito científico, académico y social con la intención de mejorar la calidad de vida en el entorno local, regional, nacional e internacional, al mismo tiempo que fomenta los valores culturales, el sentido ético, la responsabilidad social y el respeto al medio ambiente.

Misión

Formar profesionales analíticos, críticos, propositivos y emprendedores capaces de diseñar estrategias en el sector turístico con visión global, liderazgo, valores y principios éticos, para contribuir al desarrollo integral local, regional y del país.

Visión

La Licenciatura en Gestión Turística será un programa educativo reconocido por su calidad a nivel internacional y su impacto positivo que contribuya al desarrollo turístico local y regional destacando por su formación de profesionales con carácter integral, responsabilidad social y sustentabilidad con las organizaciones turísticas en los ámbitos público, social y empresarial.

Objetivos

Objetivo general

Formar profesionistas que contribuyan con organizaciones turísticas en la gestión eficiente de recursos, la generación de productos y experiencias, el desarrollo de proyectos y servicios turísticos especializados a través de una cultura de calidad con ética profesional y criterios de sustentabilidad.

Objetivos específicos

1. Contribuir con las organizaciones turísticas públicas y privadas, a través de la gestión eficiente de recursos, el análisis del entorno y el uso de plataformas digitales, softwares y herramientas especializadas.
2. Promover la investigación como herramienta para la innovación en el diseño de productos y servicios turísticos especializados, a partir de las características del

destino y acordes a las necesidades de un segmento incentivando y respetando la identidad de la comunidad local y regional.

3. Desarrollar proyectos y actividades turísticas que permitan una mayor integración del sector turístico, mediante la participación de las empresas y comunidades, buscando minimizar los impactos negativos del turismo y la puesta en valor del patrimonio.
4. Generar una cultura de calidad en el servicio al cliente a través de la aplicación y adaptación de estándares internacionales y nacionales vigentes.
5. Fomentar el cumplimiento del Código Ético del Turismo, a través de las diferentes actividades académicas a lo largo de plan de estudios.
6. Generar vinculación permanente con los diversos organismos turísticos y comunidades para fomentar las buenas prácticas de la gestión turística y promover el mutuo intercambio de experiencias para fortalecimiento del programa académico.

4. Descripción de la propuesta

El programa educativo Licenciado en Gestión Turística tiene dos componentes fundamentales. El primero se mantiene en apego a la metodología curricular de la UABC basado en un modelo flexible con un enfoque en competencias; el segundo consiste en la formación sólida del Licenciado en Gestión Turística en las áreas de Gestión Turística, Finanzas, Innovación, Formación Integral, Mercadotecnia, Administración y Calidad en correspondencia con la disciplina y las necesidades laborales y sociales.

El Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo tiene como característica la formación a nivel operativo de las áreas de Gestión Turística, Mercadotecnia, Administración y Calidad, así como una completa formación integral en negocios.

En el presente apartado, se describen las características del plan de estudios de licenciatura y las consideraciones para su operación. Al final, se incluyen los criterios de operación y titulación del Técnico Superior Universitario.

4.1. Etapas de formación

El plan de estudios de licenciatura está compuesto de tres etapas de formación, donde se procura dosificar la complejidad de unidades de aprendizaje y contenidos buscando desarrollar y proporcionar al alumno las competencias propias del Licenciado en Gestión Turística, las cuales serán verificables y extrapolables a la práctica profesional real que se gesta en el entorno, mismas que podrán ser adecuadas de acuerdo con la evolución y desarrollo de la ciencia y tecnología de su disciplina. El Técnico Superior Universitario abarca la etapa básica y el primer periodo de la etapa disciplinaria.

4.1.1. Etapa básica

La etapa de formación básica incluye los tres primeros periodos escolares del plan de estudios. Se incluyen 20 unidades de aprendizaje obligatorias y dos unidades de

aprendizaje optativas que contribuyen a la formación básica, elemental e integral del estudiante en las áreas de conocimiento Formación Integral, Gestión Turística, Administración, Mercadotecnia y Finanzas y con una orientación eminentemente formativa, para la adquisición de conocimientos de las diferentes disciplinas que promueven competencias contextualizadoras, metodológicas, instrumentales y cuantitativas esenciales para la formación del estudiante. En esta, etapa el estudiante deberá completar 130 créditos, de los cuales 118 son obligatorios y 12 son optativos.

Los dos primeros periodos de la etapa básica corresponden al tronco común, el cual propicia la interdisciplinariedad (UABC, 2010). Se compone de 14 unidades de aprendizaje obligatorias, con un total de 79 créditos que comparten los seis programas educativos de la DES de Contable Administrativa: Licenciado en Administración de Empresas, Licenciado en Contaduría, Licenciado en Gestión Turística, Licenciado en Inteligencia de Negocios, Licenciado en Mercadotecnia y Licenciado en Negocios Internacionales.

Una vez concluido el tronco común, mediante una subasta el alumno deberá seleccionar el programa educativo que desee cursar y completar la etapa básica, atendiendo lo especificado en el Estatuto Escolar vigente de la UABC.

Desde esta etapa, el estudiante podrá considerar tomar cursos y actividades complementarias en áreas de deportes y cultura que fomenten su formación integral. Antes de concluir la etapa básica, los estudiantes deberán acreditar 300 horas de servicio social comunitario. En caso de no hacerlo, durante la etapa disciplinaria, el número de asignaturas a cursar estará limitado a tres de acuerdo con el Reglamento de Servicio Social de la UABC.

Competencia de la etapa básica

Emplear conocimientos de la gestión administrativa y comunicarse efectivamente en español y en forma básica en inglés, a través de herramientas y métodos generales para el análisis y entendimiento de los problemas en el ámbito empresarial turístico, siendo objetivo en sus decisiones, tolerante, respetuoso, consciente de su entorno y con una actitud reflexiva.

4.1.2. Etapa disciplinaria

En la etapa disciplinaria, el estudiante tiene la oportunidad de conocer, profundizar y enriquecerse de los conocimientos teórico-metodológicos y técnicos de la profesión del Licenciado en Gestión Turística, orientadas a un aprendizaje genérico del ejercicio profesional. Esta etapa comprende la mayor parte de los contenidos del programa, y el nivel de conocimiento es más complejo, desarrollándose principalmente en cuatro períodos intermedios. Esta etapa se compone de 24 unidades de aprendizaje: 20 obligatorias y cuatro optativas, con un total de 137 créditos, de los cuales 113 son obligatorios y 24 son optativos.

En esta etapa, el estudiante, habiendo acreditado el servicio social comunitario o primera etapa, podrá iniciar su servicio social profesional al haber cubierto el 60% de avance en los créditos del plan de estudios y concluyendo en la etapa terminal de acuerdo con lo que establece el Reglamento de Servicio Social vigente.

El Técnico Superior Universitario culmina al inicio de esta etapa (cuarto periodo). La unidad académica debe analizar las trayectorias de los estudiantes durante este periodo, buscando que los alumnos que opten por tramitar su título de Técnico Superior Universitario, lo realicen sin problema.

Competencia de la etapa disciplinaria

Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y aplicados (operativos y técnicos) de la gestión turística, mediante la caracterización y control de las actividades involucradas en los procesos gerenciales, con la finalidad de resolver las problemáticas que puedan generarse y que permitan sostener y elevar la competitividad de las empresas turísticas, con un alto grado de responsabilidad y sentido ético.

4.1.3. Etapa terminal

La etapa terminal se establece en los últimos dos periodos del programa educativo, donde se refuerzan los conocimientos teórico-instrumentales específicos; se

incrementan los trabajos prácticos y se desarrolla la participación del alumno en el campo profesional, explorando las distintas orientaciones a través de la integración y aplicación de los conocimientos adquiridos, para enriquecerse en áreas afines y poder distinguir los aspectos relevantes de las técnicas y procedimientos que en el perfil profesional requiere, en la solución de problemas o generación de alternativas.

La etapa se compone de nueve unidades de aprendizaje, de las cuales cuatro son obligatorias y cinco son optativas, con un total de 52 créditos, de los cuales 17 son obligatorios y 35 son optativos. Además, 15 créditos obligatorios de las prácticas profesionales que podrán realizarse cuando el estudiante haya cubierto el 70% de los créditos del plan de estudios correspondiente, según lo establecido en el Reglamento General para la Prestación de Prácticas Profesionales vigente de la UABC. En esta etapa, el alumno podrá realizar hasta dos proyectos de vinculación con valor en créditos (PVVC) con un mínimo de dos créditos optativos cada uno.

Competencia de la etapa terminal

Desarrollar proyectos y actividades turísticas que permitan una mayor integración del sector turístico, mediante la participación de las empresas y comunidades, buscando minimizar los impactos negativos del turismo y la puesta en valor del patrimonio en atención a recomendaciones de organismos nacionales e internacionales, con responsabilidad y honestidad.

4.2. Descripción de las modalidades de aprendizaje y obtención de créditos, y sus mecanismos de operación

De acuerdo con los fines planteados en el Modelo Educativo (UABC, 2013), en el Estatuto Escolar (UABC, 2018) y en la Guía Metodológica para la Creación y Modificación de los Programas Educativos (UABC, 2010) se ha conformado una gama de experiencias teórico-prácticas denominadas *Otras Modalidades de Aprendizaje y Obtención de Créditos*, donde el alumno desarrolla sus potencialidades intelectuales y prácticas; las cuales pueden ser cursadas en diversas unidades académicas al interior de la universidad, en otras instituciones de educación superior a nivel nacional e

internacional o en el sector social y productivo. Al concebir las modalidades de aprendizaje de esta manera, se obtienen las siguientes ventajas:

- a. Participación dinámica del alumno en actividades de interés personal que enriquecerán y complementarán su formación profesional.
- b. La formación interdisciplinaria, al permitir el contacto directo con contenidos, experiencias, con alumnos y docentes de otras instituciones o entidades.
- c. La diversificación de las experiencias de enseñanza-aprendizaje.

En las unidades académicas donde se oferta el plan de estudios, estas modalidades de aprendizaje permitirán al alumno inscrito en el programa educativo de Licenciado en Gestión Turística, la selección de actividades para la obtención de créditos, que habrán de consolidar el perfil de egreso en su área de interés, con el apoyo del profesor o tutor. Las modalidades de aprendizaje se deberán registrar de acuerdo con el periodo establecido en el calendario escolar vigente de la UABC.

De la relación de las diferentes modalidades de obtención de créditos, los alumnos podrán registrar como parte de su carga académica hasta dos modalidades por periodo, siempre y cuando sean diferentes, y se cuente con la autorización del Tutor Académico en un plan de carga académica pertinente al área de interés del alumno, oportuna en función de que se cuenten con los conocimientos y herramientas metodológicas necesarias para el apropiado desarrollo de las actividades, que el buen rendimiento del alumno le asegure no poner en riesgo su aprovechamiento, y que lo permita el Estatuto Escolar vigente en lo relativo a la carga académica máxima permitida. Existen múltiples modalidades distintas cuyas características y alcances se definen a continuación.

4.2.1. Unidades de aprendizaje obligatorias

Las unidades de aprendizaje obligatorias se encuentran en las tres etapas de formación que integran el plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística que han sido definidas y organizadas en función de las competencias profesionales y específicas que conforman el perfil de egreso, por lo tanto, las unidades

de aprendizaje guardan una relación directa con éstas y un papel determinante en el logro de dicho perfil. Estas unidades de aprendizaje necesariamente tienen que ser cursadas y aprobadas por los alumnos (UABC, 2018). Para este programa educativo, se integran 44 unidades de aprendizaje obligatorias, donde el alumno obtendrá 248 créditos de los 334 que conforman su plan de estudios.

Dentro de este tipo de unidades se contemplan 12 unidades de aprendizaje integradoras cuyo propósito es integrar conocimientos básicos y disciplinarios para que el estudiante demuestre competencias según las áreas de conocimiento del plan de estudios: Formación Integral, Mercadotecnia, Administración, Finanzas, Gestión Turística, Innovación y Calidad

4.2.2. Unidades de aprendizaje optativas

Además de la carga académica obligatoria, los estudiantes deberán cumplir 71 créditos optativos, que pueden ser cubiertos por unidades de aprendizaje optativas que se encuentran incluidas en el plan de estudios, y por créditos obtenidos de otras modalidades que se sugieren en esta sección.

Las unidades de aprendizaje optativas permiten al alumno fortalecer su proyecto educativo con la organización de aprendizajes en un área de interés profesional con el apoyo de un docente o tutor. Este tipo de unidades de aprendizaje se adaptan en forma flexible al proyecto del alumno y le ofrecen experiencias de aprendizaje que le sirvan de apoyo para el desempeño profesional (UABC, 2018).

En esta propuesta de creación del plan de estudios, se han colocado 11 espacios optativos en el mapa curricular que corresponden a 11 unidades de aprendizaje optativas distribuidas en las etapas básica, disciplinaria y terminal. Sin embargo, atendiendo a las iniciativas institucionales para promover la flexibilidad y oportunidades de formación de los alumnos, se han preparado once unidades de aprendizaje más. En suma, el plan de estudio integra 22 unidades de aprendizaje optativas.

4.2.3. Otros cursos optativos

Estos cursos optativos son una alternativa para incorporar temas de interés que complementan la formación del alumno (UABC, 2018). Cuando el programa educativo esté operando, se pueden integrar al plan de estudios unidades de aprendizaje optativas adicionales de acuerdo con los avances científicos y tecnológicos en la disciplina o de formación integral o de contextualización obedeciendo a las necesidades sociales y del mercado laboral. Estos nuevos cursos optativos estarán orientados a una etapa de formación en particular y contarán como créditos optativos de dicha etapa.

Estos cursos optativos se deberán registrar ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación de su unidad regional según la etapa en la que se ofertará la unidad de aprendizaje de manera homologada entre las unidades académicas.

Para la evaluación de la pertinencia del curso, de manera conjunta, los subdirectores de las unidades académicas integrarán un Comité Evaluador formado por un docente del área de cada unidad académica, quienes evaluarán y emitirán un dictamen o recomendaciones sobre la nueva unidad de aprendizaje, y garantizar la calidad y pertinencia de la propuesta, así como la viabilidad operativa.

4.2.4. Estudios independientes

En esta modalidad, bajo la asesoría, supervisión y evaluación de un docente, el estudiante tiene la alternativa de realizar estudios de interés disciplinario no sujeto a la asistencia a clases ni al programa oficial de una unidad de aprendizaje. En esta modalidad de aprendizaje, el alumno se responsabiliza de manera personal a realizar las actividades de un plan de trabajo, previamente elaborado bajo la supervisión y visto bueno de un docente titular que fungirá como asesor (UABC, 2013).

El plan de trabajo debe ser coherente y contribuir a alguna de las competencias específicas del plan de estudios en una temática en particular; las actividades contenidas en el plan de trabajo deben garantizar el logro de las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la temática especificada. El estudio independiente debe ser evaluado y en su caso aprobado en la unidad académica por medio del Comité Evaluador y se

deberá solicitar su registro en el periodo establecido ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación del campus correspondiente, acompañado de la justificación y las actividades a realizar por el estudiante.

El asesor será el responsable de asignar una calificación con base en los criterios de evaluación incorporados en el registro y a su vez solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la modalidad. En el caso de que el alumno repruebe, deberá inscribirse en el mismo estudio independiente registrado en el periodo próximo inmediato en su carga académica. El alumno tendrá derecho a cursar un estudio independiente por periodo, y dos estudios independientes máximo a lo largo de su trayectoria escolar y a partir de haber cubierto el 60% de los créditos del plan de estudios, obteniendo un máximo de seis créditos por estudio independiente.

4.2.5. Ayudantía docente

Esta actividad tiene como finalidad brindar al alumno experiencias de aprendizaje de habilidades y herramientas teórico-metodológicas del quehacer docente como la comunicación oral y escrita dirigida a un público específico, la organización y planeación de actividades, la conducción de grupos de trabajo, entre otros, que contribuyan claramente al perfil de egreso del alumno y a las competencias profesionales y específicas del plan de estudios. Las responsabilidades y acciones asignadas al alumno participante no deben entenderse como la sustitución de la actividad del profesor sino como un medio alternativo de su propio aprendizaje mediante el apoyo a actividades, tales como asesorías al grupo, organización y distribución de materiales, entre otros (UABC, 2013).

El estudiante participa realizando acciones de apoyo académico en una unidad de aprendizaje en particular, en un periodo escolar inferior al que esté cursando y en la que haya demostrado un buen desempeño con calificación igual o mayor a 80. La actividad del alumno está bajo la asesoría, supervisión y evaluación de un docente de carrera quien fungirá el papel de responsable. El alumno participa como adjunto de docencia (auxiliar docente), apoyando en las labores del profesor de carrera dentro y fuera del aula, durante un periodo escolar.

El alumno tendrá derecho a cursar como máximo una ayudantía docente por período, y un máximo de dos a lo largo de su trayectoria escolar, obteniendo un máximo de seis créditos por cada una. Esta modalidad se podrá realizar a partir de la etapa disciplinaria.

La unidad académica solicitará su registro en el Sistema Institucional de Planes y Programas de Estudios y Autoevaluación (SIPPEA) ante Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación de su unidad regional, previa evaluación y en su caso aprobación del Comité Evaluador. El responsable de la modalidad será el encargado de asignar una calificación con base en los criterios de evaluación incorporados en el registro y de solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la ayudantía.

4.2.6. Ayudantía de investigación

Esta actividad tiene como finalidad brindar al alumno experiencias de aprendizaje de habilidades y herramientas teórico-metodológicas propias del perfil de un investigador, tales como el análisis crítico de la información y de las fuentes bibliográficas, la organización y calendarización de su propio trabajo, entre otras, que contribuyan claramente al perfil de egreso del alumno y a las competencias profesionales y específicas del plan de estudio.

Esta modalidad se realiza durante las etapas disciplinaria o terminal. En esta modalidad de aprendizaje el alumno participa apoyando alguna investigación registrada por el personal académico de la Universidad o de otras instituciones, siempre y cuando dicha investigación se encuentre relacionada con alguna competencia profesional o específica del plan de estudios. Esta actividad se desarrolla bajo la asesoría, supervisión y evaluación de un profesor-investigador o investigador de carrera, y no debe entenderse como la sustitución de la actividad del investigador (UABC, 2013).

La investigación debe estar debidamente registrada como proyecto en el Departamento de Posgrado e Investigación del campus correspondiente, o en el departamento equivalente en la institución receptora, y relacionarse con los contenidos del área y etapa de formación que esté cursando el estudiante. El alumno tendrá derecho

a tomar como máximo una ayudantía de investigación por periodo y un máximo de dos a lo largo de su trayectoria escolar, obteniendo un máximo de seis créditos por cada una.

Se deberá solicitar su registro en el periodo establecido ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación de la unidad regional. La solicitud de ayudantía de investigación deberá incluir los datos académicos, justificación de la solicitud y el programa de actividades a realizar. Para su registro deberá contar con el visto bueno del responsable del proyecto y las solicitudes serán turnadas al Comité Evaluador para su respectiva evaluación y en su caso aprobación, considerando la competencia general propuesta en la ayudantía y los objetivos del proyecto de investigación al que se asocia. El responsable de la modalidad será el encargado de asignar una calificación con base a los criterios de evaluación incorporados en el registro y de solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la ayudantía.

4.2.7. Ejercicio investigativo

Esta actividad tiene como finalidad brindar al estudiante experiencias de aprendizaje que fomenten la iniciativa y creatividad en el alumno mediante la aplicación de los conocimientos, habilidades y actitudes disciplinares en el campo de la investigación (UABC, 2013) que contribuyan claramente al perfil de egreso del alumno y a las competencias profesionales y específicas del plan de estudios.

Esta modalidad se lleva a cabo durante las etapas disciplinaria o terminal y consiste en que el alumno elabore una propuesta de investigación y la realice con la orientación, supervisión y evaluación de un profesor-investigador o investigador de carrera, quien fungirá el papel de asesor. En esta modalidad, el alumno es el principal actor que debe aplicar los conocimientos desarrollados en el tema de interés, establecer el abordaje metodológico, diseñar la instrumentación necesaria y definir estrategias de apoyo investigativo. El asesor solamente guiará la investigación.

El alumno tendrá derecho a tomar como máximo un ejercicio investigativo por periodo y un máximo de dos ejercicios investigativos a lo largo de su trayectoria escolar, obteniendo un máximo de seis créditos por cada uno. Se deberá solicitar su registro en

el periodo establecido ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación del campus correspondiente, previa evaluación y en su caso aprobación de la unidad académica por medio del Comité Evaluador. El asesor será el encargado de asignar una calificación con base en los criterios de evaluación incorporados en el registro y de solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la modalidad.

4.2.8. Apoyo a actividades de extensión y vinculación

Esta actividad tiene como finalidad brindar al alumno experiencias de aprendizaje de habilidades y herramientas teórico-metodológicas de la extensión y vinculación tales como la comunicación oral y escrita dirigida a un público específico, la organización y planeación de eventos, la participación en grupos de trabajo, entre otros, que contribuyan claramente al perfil de egreso del alumno y a las competencias profesionales y específicas del plan de estudio.

Esta modalidad consiste en un conjunto de acciones para acercar las fuentes del conocimiento científico, tecnológico y cultural a los sectores social y productivo. Estas actividades se desarrollan a través de diversas formas (planeación y organización de cursos, conferencias y diversas acciones con dichos sectores, entre otras), a fin de elaborar e identificar propuestas que puedan ser de utilidad y se orienten a fomentar las relaciones entre la Universidad y la comunidad (UABC, 2013).

Las actividades en esta modalidad podrán estar asociadas a un programa formal de vinculación con un docente responsable. El alumno podrá participar a partir del tercer periodo escolar, y tendrá derecho a tomar como máximo dos actividades durante su estancia en el programa educativo, obteniendo un máximo de seis créditos por actividad.

El docente responsable solicitará el registro en el periodo establecido ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación previa evaluación y en su aprobación de la unidad académica por medio del Comité Evaluador; será el encargado de asignar una calificación con base en los criterios de evaluación incorporados en el registro y de solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la modalidad

4.2.9. Proyectos de vinculación con valor en créditos (PVVC)

Estos proyectos tienen como propósito la aplicación y generación de conocimientos y la solución de problemas, ya sea a través de acciones de investigación, asistencia o extensión de los servicios, entre otros; buscando fortalecer el logro de las competencias y los contenidos de las unidades de aprendizaje a ser consideradas (UABC, 2018).

Esta modalidad se refiere a múltiples opciones para la obtención de créditos, las cuales pueden incluir, de manera integral y simultánea, varias de las modalidades de aprendizaje. El PVVC se realiza en la etapa terminal, se registrarán a través de la Coordinación de Formación Profesional y Vinculación Universitaria de las Unidades Académicas, y se desarrollarán en los sectores social y productivo, como una experiencia de aprendizaje para los alumnos a fin de fortalecer el logro de competencias específicas al situarlos en ambientes reales y al participar en la solución de problemas o en la mejora de procesos de su área profesional. Lo anterior se efectúa con la asesoría, supervisión y evaluación de un Profesor de Tiempo Completo o Medio Tiempo, y un profesionalista de la unidad receptora (UABC, 2013).

Los PVVC podrán estar integrados por al menos una modalidad de aprendizaje asociada al currículo. El total de créditos del proyecto consistirá en los créditos obligatorios y optativos correspondientes a las modalidades de aprendizaje que lo constituyen, más dos créditos correspondientes al registro del propio PVVC.

La operación y seguimiento de los PVVC funcionarán bajo los siguientes criterios y mecanismos de operación:

- a) En los PVVC se podrán registrar alumnos que hayan cubierto el total de créditos obligatorios de la etapa disciplinaria y que cuenten con el servicio social profesional acreditado, o que se encuentre registrado en un programa de servicio social profesional con su reporte trimestral aprobado al momento de solicitar su registro al PVVC.
- b) El alumno deberá cursar un PVVC durante su etapa terminal.
- c) Sólo se podrá cursar un PVVC por periodo escolar.
- d) El registro de esta modalidad se deberá solicitar en el periodo establecido ante el

Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación del campus correspondiente.

- e) Las unidades académicas solicitarán el registro de los proyectos planteados por las unidades receptoras, previa revisión y aprobación del responsable del Programa Educativo y el Coordinador de Formación Profesional.
- f) El responsable de programa educativo designará a un Profesor de Tiempo Completo la supervisión y seguimiento del PVVC.
- g) La calificación que se registrará se obtendrá de la evaluación integral considerando las evaluaciones del supervisor de la unidad receptora, del profesor responsable y los mecanismos que designe la unidad académica.
- h) Los PVVC deberán incluir al menos una modalidad de aprendizaje.
- i) Los Profesores de Tiempo Completo podrán ser responsables de un máximo cinco PVVC, en los que podrá atender a un máximo de 15 alumnos distribuidos en el total de PVVC a su cargo; en el caso de que un PVVC exceda de 15 alumnos, podrá asignarse como responsable a más de un profesor. Los Profesores de Medio Tiempo podrán ser responsables de hasta dos PVVC, en los que podrá atender a un máximo de ocho alumnos distribuidos en el total de PVVC a su cargo.
- j) Será recomendable se formalice un convenio de vinculación con la unidad receptora.

Los alumnos regulares que cumplan satisfactoriamente con su primer PVVC podrán optar por llevar un segundo PVVC bajo los siguientes criterios:

- a) Que en su desempeño de los últimos dos periodos escolares no tenga asignaturas reprobadas y que la calificación mínima sea de 80 en examen ordinario.
- b) Registrar el segundo PVVC en un periodo escolar posterior a la evaluación del primero.
- c) Será preferible aquellos PVVC de nivel III, como se describe en la siguiente tabla.

Tabla 2. Características de los niveles de los PVVC.

Nivel	Rango en créditos*	Intervalo en horas por semestre**	Número de asignaturas asociadas	Prácticas Profesionales	Número de otras modalidades de aprendizaje asociadas
I	10-15	160-240	Variable	No aplica	Variable
II	16-20	256-320	Variable	Opcional	Variable
III	21-30	336-480	Variable	Opcional	Variable

*No incluye los 2 créditos del PVVC.

**Calculando número de créditos por 16 semanas.

A continuación, se presentan tres ejemplos de PVVC:

Ejemplo PVVC nivel 1

Nombre del proyecto: Proyecto de Vinculación en Comité de Turismo y Convenciones

Descripción: Proyecto de Vinculación con valor en créditos en el Comité de Turismo y Convenciones.

Competencia general del proyecto: Practicar en la operación administrativa de un organismo turístico, para realizar un diagnóstico situacional que sirva como insumo para el desempeño adecuado de la misma, con responsabilidad en el manejo de la información.

Duración: 40 días hábiles

Tabla 3. Ejemplo del PVVC nivel 1 Proyecto de Vinculación en Comité de Turismo y Convenciones.

Modalidades de Aprendizaje:	Créditos	Carácter
Unidad de Aprendizaje: Gestión de la Calidad en Turismo	3	Obligatoria
Unidad de Aprendizaje: Turismo de Reuniones	6	Optativo
PVVC: Proyecto de Vinculación en Comité de Turismo	2	Optativo
Total:	11	

Fuente: Elaboración propia.

Ejemplo PVVC Nivel 1

Nombre del proyecto: Proyecto de Vinculación Comité de Turismo.

Descripción: Proyecto de Vinculación con valor en créditos en el Comité de Turismo y Convenciones.

Competencia general del proyecto: Practicar en la operación administrativa de un organismo turístico, para realizar un diagnóstico situacional que sirva como insumo para el desempeño adecuado de la misma, proponiendo acciones de mejora en la gestión del destino con responsabilidad y empatía.

Duración: 64 días

Tabla 4. *Ejemplo del PVVC nivel 1* Proyecto de Vinculación Comité de Turismo

Modalidades de Aprendizaje:	Créditos	Carácter
Unidad de Aprendizaje: Gestión de la Calidad en Turismo	3	Obligatorio
Unidad de Aprendizaje: Seminario de Innovación en la Gestión Turística	3	Obligatoria
PVVC: Proyecto de Vinculación Comité de Turismo	2	Optativo
Total:	8	

Fuente: Elaboración propia.

Ejemplo PVVC Nivel 3

Nombre del Proyecto: Proyecto de Vinculación en el Comité de Turismo y Convenciones

Descripción: Proyecto de Vinculación con valor en créditos en el Comité de Turismo y Convenciones.

Competencia General del Proyecto: Practicar en la operación administrativa del Comité de Turismo y Convenciones, para que, a partir de la elaboración de un diagnóstico situacional, se realice la elaboración de un plan de mejora en favor del

destino correspondiente, con apego a las reglas de operación con responsabilidad y ética.

Duración: 100 días hábiles

Tabla 5. *Ejemplo del PVVC nivel 3 Proyecto de Vinculación en el Comité de Turismo y Convenciones.*

Modalidades de Aprendizaje:	Créditos	Carácter
Unidad de Aprendizaje: Gestión de la Calidad en el Turismo	3	Obligatorio
Unidad de Aprendizaje: Seminario de Innovación en la Gestión Turística	3	Obligatorio
Práctica Profesional	15	Obligatorio
PVVC: Proyecto de Vinculación en el Comité de Turismo y Convenciones.	2	Optativos
Total:	23	

Fuente: Elaboración propia

4.2.10. Actividades artísticas, culturales y deportivas

Son de carácter formativo y están relacionadas con la cultura, el arte y el deporte para el desarrollo de habilidades que coadyuvan a la formación integral del alumno, ya que fomentan las facultades creativas, propias de los talleres y grupos artísticos, y de promoción cultural, o mediante la participación en actividades deportivas (UABC, 2013).

El alumno podrá obtener créditos por medio de estas actividades llevándolas a cabo en la FCA y FTyM u otras unidades académicas de la UABC, mediante la programación de diversas actividades curriculares durante la etapa básica (UABC, 2018). La obtención de créditos de esta modalidad será bajo las “Actividades Complementarias de Formación Integral I, II y III”, acreditadas con la presentación de un carnet, otorgando un crédito por cada ocho actividades complementarias de formación integral y un máximo de dos créditos por periodo. Además, podrán optar por la “Actividad

Deportiva I y II” y “Actividad Cultural I y II”, siempre y cuando la participación sea individual y no se haya acreditado en otra modalidad y sea aprobado por un comité de la propia unidad académica, o bien a través de los cursos ofertados para la obtención de créditos de la Facultad de Artes y la Facultad de Deportes. La unidad académica solicitará el registro de estas actividades al Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación de la unidad regional. Los mecanismos y criterios de operación se encuentran disponibles en la página web² de la Coordinación General de Formación Profesional.

4.2.11. Prácticas profesionales

Es el conjunto de actividades y quehaceres propios a la formación profesional para la aplicación del conocimiento y la vinculación con el entorno social y productivo (UABC, 2004). Mediante esta modalidad, se contribuye a la formación integral del alumno al combinar las competencias adquiridas para intervenir en la solución de problemas prácticos de la realidad profesional (UABC, 2013). Este sistema de prácticas obligatorias permitirá poner en contacto a los estudiantes con su entorno, aplicar los conocimientos teóricos en la práctica, proporcionar la experiencia laboral que requiere para su egreso y establecer acciones de vinculación entre la escuela y el sector público o privado.

Esta actividad se realiza en la etapa terminal del programa de estudios, para que el alumno adquiera mayor habilidad o destreza en el ejercicio de su profesión. Las prácticas profesionales tendrán un valor de 15 créditos con un carácter obligatorio, mismas que podrán ser cursadas una vez que se haya cubierto el 70% de los créditos del plan de estudios y haber liberado la primera etapa del servicio social. Se sugiere que se inicien las prácticas preferentemente después de haber acreditado el servicio social profesional.

Previa asignación de estudiantes a una estancia de ejercicio profesional, se establecerán programas de prácticas profesionales con empresas e instituciones de los diversos sectores, con las cuales se formalizarán convenios de colaboración académica

² http://www.uabc.mx/formacionbasica/documentos/Mecanismos_y_Criterios_de_Operacion.pdf

donde el estudiante deberá cubrir 400 horas en un periodo escolar.

Adicionalmente, con la presentación de las prácticas profesionales, se podrán acreditar unidades de aprendizaje de carácter obligatorio u optativo, siempre y cuando las actividades desarrolladas durante la práctica sean equivalentes a los contenidos de las unidades de aprendizaje. En todos los casos, el Comité Evaluador deberá consentir su aprobación a las solicitudes recibidas.

La operación y evaluación del ejercicio de las prácticas profesionales, estará sujeto a los siguientes procesos:

- **Asignación:** Es la acción de adscribir al alumno a una unidad receptora, para la realización de sus prácticas profesionales;
- **Supervisión:** Es la actividad permanente de verificación en el cumplimiento de metas y actividades propuestas de los programas de prácticas profesionales;
- **Evaluación:** Es la actividad permanente de emisión de juicios de valor en el seguimiento de las prácticas profesionales que realizan tanto la unidad receptora como la unidad académica para efectos de acreditación del alumno; y
- **Acreditación:** Consiste en el reconocimiento de la terminación y acreditación de las prácticas profesionales del alumno, una vez satisfechos los requisitos establecidos en el programa de prácticas profesionales.

En el proceso de *Asignación*, será responsabilidad de la unidad académica, a través del Comité Revisor o el Responsable del Programa Educativo, la aceptación de programas de prácticas profesionales y responsabilidad del tutor asignado a cada estudiante el acreditarla.

Durante la ejecución de las prácticas profesionales, el practicante debe estar obligatoriamente bajo la supervisión, tutoría y evaluación de un profesional del área designado por las organizaciones, el cual asesorará y evaluará su desempeño. Las actividades que el estudiante realice deben relacionarse estrictamente con su campo profesional y podrá recibir una retribución económica cuyo monto se establecerá de común acuerdo. Es requisito que, durante el proceso de *Supervisión* y *Evaluación*, se

considere el cumplimiento de los compromisos y plazos de ejecución previamente establecidos en el acuerdo entre las diferentes partes, en donde se describen las condiciones en las que realizará esta actividad. Durante el ejercicio de estos procesos, el estudiante deberá entregar un informe parcial y uno final, respectivamente. Los cuales deben ser evaluados por el responsable asignado por la unidad receptora y el responsable de prácticas profesionales de la unidad académica.

El proceso de *Acreditación* se realizará una vez que el estudiante entregue en tiempo y forma, al responsable de prácticas profesionales de la unidad académica, los informes solicitados, debidamente firmados y sellados por el responsable de la unidad receptora. Después de la revisión de los informes, el responsable de prácticas profesionales procederá a registrar en el sistema institucional la acreditación de esta modalidad de aprendizaje.

Para el caso de la formación práctica del Licenciado en Gestión Turística, se requiere, para la realización de las prácticas profesionales de la etapa terminal, la realización de actividades de operación práctica realizadas en la etapa disciplinaria asociadas a unidades de aprendizaje vinculadas a la gestión del turismo, ya que su incumplimiento limitará la participación en el Proyecto de Vinculación con Valor en Créditos.

Las actividades de operación práctica consideradas son:

- a) Prácticas de campo con propósitos de familiarización turística, con un total de 254 horas asociadas y realizables a través de unidades de aprendizaje con contenido considerado como observable y 200 horas vinculadas a la organización, planeación y operación de una experiencia de viaje que fortalezca el conocimiento del patrimonio nacional, la gestión de destinos, el reconocimiento de diversos productos turísticos y la integración de la cadena de valor turística.
- b) Prácticas profesionales asociadas a la gestión empresarial, con un total de 240 horas a razón de 120 horas vinculadas a intermediación, 120 al área de alimentos y bebidas o 120 a hospedaje.

- c) Para la correcta operación de las actividades de operación práctica, se llevará el registro de actividades a través de la coordinación que, para este efecto, se nombre en cada unidad académica.

Tabla 6. *Otras modalidades de actividades prácticas consideradas dentro de la propuesta del plan de estudios*

Semestre	Actividad	Horas	Vinculación con
III	Asociadas a unidades de aprendizaje	32 (100 por planear, organizar y asistir a viaje de familiarización)	Patrimonio Nacional y Turismo
IV	Asociadas a unidades de aprendizaje	32 64 (100 por planear, organizar y asistir a viaje de familiarización)	Operación de Servicios de hospedaje Servicios de Viaje e Intermediación Turística
V	Asociadas a unidades de aprendizaje	32 64	Gestión de Empresas de Hospedaje Dirección y Organización de Eventos
VI	Servicio Social Profesional	480	Organismos turísticos
VII	Prácticas Profesionales (15 créditos)	350	Empresas turísticas
VIII	Proyecto de Vinculación con Valor en Créditos	350-400	Empresas turísticas

4.2.12. Programa de emprendedores universitarios

Estará integrado por actividades académicas con valor curricular. Las unidades académicas buscan apoyar a aquellos alumnos que manifiesten inquietudes con proyectos innovadores, por medio de un análisis del perfil emprendedor, la formulación de un plan de negocios, orientación para apoyo financiero y su validación académica, entre otros (UABC, 2018).

En el plan de estudio se integra el área de conocimiento de Innovación que brindan las bases para el desarrollo de emprendedores, específicamente unidades de aprendizaje en la etapa disciplinaria y terminal que buscan fortalecer una formación empresarial, como International Trends in Tourism, Producto Turístico, Desarrollo de Emprendedores y Seminario de Innovación en la Gestión Turística como unidades de aprendizaje obligatorias y de manera optativa se integran las unidades de aprendizaje de Técnicas de Negociación y Formulación de Proyectos de Inversión Turísticos.

4.2.13. Actividades para la formación en valores

Esta modalidad se refiere a la participación de los alumnos en actividades que propicien un ambiente de reflexión axiológica que fomente la formación de valores éticos y de carácter universal, así como el respeto a éstos, con lo que se favorece su formación como personas, ciudadanos responsables y profesionistas con un alto sentido ético (UABC, 2013) , donde se busca la promoción de los valores fundamentales de la comunidad universitaria como: la confianza, la democracia, la honestidad, la humildad, la justicia, la lealtad, la libertad, la perseverancia, el respeto, la responsabilidad y la solidaridad (UABC, 2017).

Los planes de estudio incluirán actividades curriculares para la formación valoral, con el fin de propiciar la formación integral del estudiante. A estas actividades se les otorgarán hasta seis créditos en la etapa de formación básica (UABC, 2018). Adicionalmente, cada una de las unidades de aprendizaje contemplan en forma explícita las actitudes y los valores con los que se aplicará el conocimiento de éstas y se generarán actitudes que contribuyan al fomento y formación de valores éticos y profesionales en los estudiantes, por ejemplo, taller de promoción de convivencia y valores, pláticas sobre el cuidado del medio ambiente y limpieza de playas, altar de día de muertos, entre otras actividades.

4.2.14. Cursos intersemestrales

En las unidades académicas, estos cursos se ofertan entre un período escolar y otro. Por sus características, permiten a los alumnos cursar unidades de aprendizaje obligatorias u optativas con la finalidad de cubrir créditos y avanzar en su plan de estudios, de conformidad con la normatividad vigente (UABC, 2013).

Esta modalidad no es aplicable para unidades de aprendizaje que contemplen prácticas de campo, y deberán programarse con un máximo de cinco horas presenciales al día en el periodo intersemestral incluyendo prácticas de laboratorio y actividades de clase y taller. Los alumnos que deseen inscribirse en un curso intersemestral deben cumplir con los requisitos académicos y administrativos establecidos por la unidad académica responsable del curso. La carga académica del alumno no podrá ser mayor de dos unidades de aprendizaje por periodo intersemestral. Estos cursos son autofinanciables y son sujetos a lo indicado en el Estatuto Escolar vigente.

4.2.15. Movilidad e intercambio estudiantil

Se refiere a las acciones que permiten incorporar a alumnos en otras instituciones de educación superior (IES) nacionales o extranjeras, que pueden o no involucrar una acción recíproca. Como un tipo de movilidad se ubica el intercambio estudiantil, que permite incorporar alumnos y necesariamente involucra una acción recíproca. Esta modalidad favorece la adquisición de nuevas competencias para adaptarse a un entorno lingüístico, cultural y profesional diferente, al tiempo que fortalecen la autonomía y maduración de los alumnos (UABC, 2013).

La movilidad e intercambio estudiantil es la posibilidad que tienen los alumnos de las unidades académicas, para cursar unidades de aprendizaje, realizar prácticas profesionales u otras actividades académicas en forma intrainstitucionales (entre programas, unidades académicas o DES) así como en otras instituciones de educación superior en el país o en el extranjero que puedan ser factibles de acreditar en forma de equivalencias, conversión o transferencia de créditos.

Las unidades académicas establecerán y promoverán los mecanismos para

realizar esta actividad, creando estrategias y programas de intercambio y colaboración académica que permitan el logro de sus objetivos en materia de movilidad e intercambio estudiantil y académico tanto interna (entre unidades académicas) como externamente. En este apartado se especifican los mecanismos y acciones que se desarrollarán para fomentar vínculos con otras instituciones de educación superior, con el fin de generar y establecer programas formales para el tránsito y movilidad académica de los alumnos de la UABC.

La movilidad estudiantil intrauniversitaria ocurre entre escuelas, facultades o institutos, compartiendo así los recursos materiales y humanos, permitiendo que un estudiante curse las unidades de aprendizaje donde mejor le convenga. Además, un estudiante puede participar en proyectos de investigación y desarrollo de otras unidades académicas acumulando créditos en otras modalidades de aprendizaje (ejercicios investigativos, por ejemplo).

Para la movilidad interuniversitaria, se buscarán convenios de colaboración con instituciones mexicanas y extranjeras. Para participar en estos convenios, los estudiantes son apoyados por el responsable de intercambio estudiantil de las unidades académicas, y son exhortados a participar en las convocatorias de movilidad estudiantil que se presenta cada periodo por parte de la Coordinación General de Cooperación Internacional e Intercambio Estudiantil Académico de la UABC³. En las tablas 7 y 8 se muestran algunas universidades con las que la UABC mantiene convenio y donde se puede promover la movilidad de los estudiantes.

Tabla 7. *Universidades de países extranjeros con las que la Facultad de Ciencias Administrativas y la Facultad de Turismo y Mercadotecnia establecen convenios para movilidad*

País	Institución
Alemania	Servicio Alemán De Intercambio Académico (DAAD) Universidad De Ciencias Aplicadas De Aalen
Austria	Universidad Johannes Kepler De Linz University Of Innsbruck

³ <http://www.uabc.mx/ccia/>

País	Institución
Bélgica	Escuela Superior de la Provincia de Lieja
Canadá	Universidad de Alberta
Chile	Universidad de Valparaíso
Colombia	Universidad Javeriana
Colombia	Universidad de Cartagena
España	Universidad Complutense de Madrid
España	Universidad de Castilla - La Mancha
España	Universidad de Granada
España	Universidad de La Rioja
España	Universidad de La Coruña
España	Universidad de Islas Baleares
España	Universidad de Sevilla
Estados Unidos de América	San Diego State University, entre otras.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Coordinación General de Cooperación Internacional e Intercambio Estudiantil Académico.

Tabla 8. *Universidades nacionales con las que la Facultad de Ciencias Administrativas y la Facultad de Turismo y Mercadotecnia establecen convenios para movilidad*

Estado	Institución
Aguascalientes	Instituto Tecnológico de Aguascalientes
Aguascalientes	Universidad Autónoma de Aguascalientes
Baja California	Centro de Educación Científica y Educación Superior de Ensenada B.C.
Chihuahua	Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Ciudad de México	Instituto Politécnico Nacional
Ciudad de México	Universidad Autónoma Metropolitana
Ciudad de México	Universidad Iberoamericana
Ciudad de México	Universidad Nacional Autónoma de México
Colima	Universidad de Colima
Estado de México	Universidad Autónoma del Estado de México
Guanajuato	Universidad de Guanajuato
Jalisco	Universidad Autónoma de Guadalajara
Jalisco	Universidad de Guadalajara
Nayarit	Universidad Autónoma de Nayarit
Nuevo León	Universidad Autónoma de Nuevo León
Puebla	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Querétaro	Universidad Autónoma de Querétaro

Estado	Institución
San Luis Potosí	Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Sinaloa	Universidad de Occidente
Sinaloa	Universidad Autónoma de Sinaloa
Sonora	Universidad Autónoma de Sonora
Yucatán	Universidad Autónoma de Yucatán

Fuente: Elaboración propia con datos de la Coordinación General de Cooperación Internacional e Intercambio Estudiantil Académico.

4.2.16. Servicio social comunitario y profesional

La UABC, con fundamento en el Reglamento de Servicio Social vigente, obliga a los estudiantes de licenciatura a realizar el servicio social en dos etapas: comunitario y profesional. Con base en lo anterior, las unidades académicas deberán planear vínculos de colaboración con instancias y externas a la universidad, en campos de acción específicos relacionados con el plan de estudios de cada programa educativo que la constituyen.

Como se indica en el Reglamento de Servicio Social, los estudiantes podrán realizar su servicio social en cualquier entidad pública federal, estatal o municipal; en organismos públicos descentralizados, de interés social; en dependencias de servicios o unidades académicas de la Universidad; en fundaciones y asociaciones civiles, así como en instituciones privadas que estén orientadas a la prestación de servicios en beneficio o interés de los sectores marginados de la sociedad de Baja California, del país o de las comunidades mexicanas asentadas en el extranjero.

Los programas correspondientes al servicio social comunitario o primera etapa tienen como objetivo beneficiar a la comunidad bajacaliforniana en primer término, fomentar en los estudiantes el espíritu comunitario y trabajo en equipo, y, sobre todo, fortalecer la misión social de nuestra máxima casa de estudios. Esta etapa del servicio social consta de 300 horas y deberá realizarse en la etapa básica del programa educativo y antes de ingresar a la etapa disciplinaria.

Los programas de servicio social profesional o segunda etapa se gestionan en las unidades académicas a través de convenios con las instituciones públicas y privadas.

Para ello, el programa considera 480 horas que estarán comprendidas en un periodo mínimo de seis meses y podrá realizarse una vez que se cubra el 60% de los créditos del programa. Las actividades desarrolladas en esta etapa fortalecen la formación académica, capacitación profesional del prestador de servicio social y fomentan la vinculación de la universidad con los sectores público social y productivo.

Además, en este programa educativo, mediante el servicio social profesional, se podrá obtener créditos asociados al currículo, siempre que el proyecto se registre como parte de un PVVC.

La operación y evaluación del ejercicio del servicio social comunitario y profesional, estará sujeto a los procesos de asignación, supervisión, evaluación y liberación.

En el proceso de *Asignación*, será responsabilidad de las unidades académicas, a través de un comité revisor, la aceptación de programas de servicio social y del responsable de servicio social, el aprobar la asignación de cada estudiante a dichos programas. La función del responsable de cada unidad académica es informar a las unidades receptoras de los dictámenes de los programas propuestos.

Para iniciar con un programa de servicio social, los alumnos deberán acreditar el Taller de Inducción al Servicio Social, obtener la asignación de la unidad académica responsable del programa y entregar a la unidad receptora la carta de asignación correspondiente.

Durante la ejecución del servicio social, el prestador debe estar obligatoriamente bajo la supervisión y evaluación de un profesional del área designado por la unidad receptora, el cual va a asesorar y evaluar su desempeño; validar los informes de actividades que elabore el prestador; e informar a la unidad académica de los avances y evaluaciones realizadas. Por su parte, el responsable de servicio social de la unidad académica deberá recibir y aprobar los informes de las actividades realizadas por los prestadores de servicio social.

Es requisito que, durante el proceso de *Supervisión y Evaluación*, se considere el

cumplimiento de los compromisos y plazos de ejecución previamente establecidos en el programa de servicio social registrado, en donde se describen las condiciones en las que realizará esta actividad.

El proceso de *Acreditación y Liberación* se realizará una vez que el estudiante entregue en tiempo y forma, al responsable de servicio social de la unidad académica, los informes solicitados, debidamente avalados por el responsable de la unidad receptora. Después de la revisión de los informes, el responsable de servicio social procederá a registrar en el sistema institucional la liberación total o parcial de esta modalidad de aprendizaje.

4.2.17. Lengua extranjera

El conocimiento de una lengua extranjera se considera parte indispensable de la formación de todo alumno y fue confirmado en el estudio de evaluación, donde se identificó, por parte de empleadores y egresados del programa educativo, la particular necesidad de dominio del inglés. Por ser el inglés la lengua dominante en el desarrollo científico y tecnológico de la profesión se vuelve indispensable para los estudiantes en las actividades asociadas a su aprendizaje en sus etapas de formación básica, disciplinaria y terminal. Además, el entorno local y regional del ejercicio profesional demanda interacción del licenciado egresado en empresas y organizaciones de escalas globalizadas (UABC, 2018).

Por lo anterior, los alumnos que se encuentren cursando sus estudios de licenciatura acreditarán el dominio de una lengua extranjera en su etapa de formación básica o disciplinaria. Las opciones de acreditación son:

- a) La acreditación de las unidades de aprendizaje Inglés I e Inglés II, y de por lo menos dos unidades de aprendizaje disciplinarias obligatorias del plan de estudios impartidas en inglés por las propias unidades académicas.
- b) Estancias internacionales autorizadas por la unidad académica, con duración mínima de tres meses en un país con lengua oficial distinto al español.

- c) Haber acreditado estudios formales en lengua extranjera en instituciones educativas en México o en el extranjero, donde presente certificados de diplomados o estudios de media superior o superior.
- d) Acreditar los cursos hasta el nivel 5 impartidos por la Facultad de Idiomas de la UABC.

El cumplimiento por parte del alumno en alguna de las opciones señaladas anteriormente dará lugar a la expedición de una constancia de acreditación de lengua extranjera emitida por la unidad académica o la Facultad de Idiomas de la UABC.

El alumno podrá optar por registrar asignaturas de una tercera lengua, distinto del inglés, ofertadas por la Facultad de Idiomas de la UABC para que le sean consideradas en su historial académico, las cuales se registran como optativas de etapa básica.

4.3. Titulación

La titulación es un indicador clave de la calidad y eficiencia de los programas educativos. La normatividad de la UABC contempla de manera amplia y detallada un reglamento que específica para todo estudiante que ha concluido un programa de formación profesional, los requisitos a cumplir para obtener el grado de licenciatura. Por esta razón, los egresados del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística deberán observar en lo particular el procedimiento de titulación señalado en el Reglamento General de Exámenes Profesionales vigente, cumpliendo con los requisitos que marca el Estatuto Escolar vigente.

La Universidad está sumando esfuerzos para identificar áreas de oportunidad, diseñar e implementar estrategias que conlleven a incrementar la eficiencia terminal en sus diferentes programas educativos, impulsando así las diversas modalidades de titulación contempladas en el Estatuto Escolar, que a continuación se enlistan:

- Obtener la constancia de presentación de Examen General de Egreso de Licenciatura (EGEL) aplicado por el Centro Nacional de Evaluación para la

Educación Superior, o su equivalente en otro examen de egreso que autorice el H. Consejo Universitario.

- Haber alcanzado, al final de los estudios profesionales, un promedio general de calificaciones mínimo de 90.
- Haber cubierto el total de los créditos del plan de estudios de una especialidad o 50% de los créditos que integran el plan de estudios de una maestría, cuando se trate, en ambos casos, de programas educativos de un área del conocimiento igual o afín al de los estudios profesionales cursados.
- Comprobar, de conformidad con los criterios de acreditación que emita la unidad académica encargada del programa, el desempeño del ejercicio o práctica profesional, por un periodo mínimo acumulado de dos años, contados a partir de la fecha de egreso.
- Aprobar el informe o memoria de la prestación del servicio social profesional, en los términos previstos por la unidad académica correspondiente.
- Presentar tesis profesional, la cual consiste en desarrollar un proyecto que contemple la aplicación del método científico para comprobar una hipótesis o supuesto según el abordaje metodológico, sustentándola en conocimientos adquiridos durante su desarrollo y presentándola con base en un guion metodológico establecido por la unidad académica.
- Titulación por proyecto, mediante la presentación de un informe producto de actividades de vinculación con la sociedad, siempre que formen parte de un PVVC debidamente registrado.
- Los egresados de programas educativos que han sido reconocidos como programas de calidad por algún organismo acreditador o evaluador como COPAES o CIEES podrán optar por la titulación automática.

4.4. Requerimientos y mecanismos de implementación

4.4.1. Difusión del programa educativo

Cada unidad académica cuenta con un responsable de difusión, quien realiza la divulgación y la promoción de las diversas actividades que se llevan a cabo al interior de las unidades académicas o de la institución. En ese sentido, la difusión del programa educativo se llevará a cabo mediante diferentes mecanismos, tales como la página web oficial de la FCA y FTYM, redacción, edición y/o publicación de notas de divulgación de la ciencia por distintos medios, tales como la Gaceta Universitaria, periódicos de circulación local; elaboración de diversos recursos audiovisuales compartidos en los diferentes medios; boletines informativos de cada unidad académica; visitas y reuniones con empleadores privados y gubernamentales, y egresados; promoción en instituciones de educación media superior; entre otras.

4.4.2. Descripción de la planta académica

Facultad de Ciencias Administrativas

La planta académica que atiende el programa educativo está conformada por 30 profesores, de los cuales cinco son Profesores de Tiempo Completo (PTC) y 25 son Profesores de Asignatura. De los PTC, el 40% cuenta con reconocimiento SNI y el 80% cuenta con perfil deseable. Las características de la planta académica se muestran en las tablas 9 y 10.

Tabla 9. *Grado de profesores en la Facultad de Ciencias Administrativas.*

Grado	Cantidad
Doctorado	5
Maestría	10
Licenciatura	15
Total	30

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. *Perfil de la planta docente de tiempo completo.*

No. Empleado	Nombre	Grado	Institución de egreso del último grado
17153	González Espinoza Mayda	Lic. en Turismo Maestría en Administración Doctorado en Ciencias Administrativas	IEU Universidad, A.C.
21189	Luque Elda Areli	Lic. en Turismo Maestría en Administración	Universidad Autónoma de Baja California
21627	Córdova Ruiz Zulema	Lic. en Administración de Empresas Maestría en Administración Doctorado en Ciencias Económicas Administrativas	Universidad para la Cooperación Internacional México
20251	Moreno Moreno Luis Ramón	Lic. en Economía Maestría en Economía Aplicada Doctorado en Ciencias Económicas	Universidad Autónoma de Baja California
12314	Ríos Nequis Eric Israel	Lic. en Mercadotecnia Maestría en Administración Maestría en Dirección de Empresas Doctorado en Economía	Universidad Nacional Autónoma de México

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que, en la Facultad de Ciencias Administrativas, se cuenta con cuerpos académicos cuyas aportaciones a la ciencia benefician al programa educativo y a la formación de los estudiantes.

Cuerpo Académico para el programa educativo

El cuerpo académico Gestión Financiera y Administrativa de las Organizaciones se encuentra en consolidación, con número de registro UABC-CA-204. Sus líneas de generación y aplicación del conocimiento son Gestión Financiera y Administrativa de las

Organizaciones.

Los miembros que integran el CA son:

- Loreto María Bravo Zanoguera.
- Sósima Carrillo.
- Zulema Córdova Ruiz.
- Francisco Meza Hernández.
- Sergio Bernardino López.

El cuerpo académico *Adopción de las TIC, Gestión administrativa y Mercadotecnia para la Competitividad de las Organizaciones* se encuentra en formación, con número de registro UABC-CA-239. Sus líneas de generación y aplicación del conocimiento son: Adopción de las TIC y la Competitividad de las MIPyMES, y Gestión Administrativa y Mercadotecnia para la Competitividad de las Organizaciones].

Los miembros que integran el CA son:

- Sandra Julieta Saldivar González.
- Claudia Viviana Álvarez Vega.
- Mayda González Espinoza.
- Jackeline Hernández Bejarano.
- Alma Delia Inda.
- Gloria Muñoz Del Real.
- Nicolasa Valenciana Moreno.

El cuerpo académico *Gestión Estratégica Económica-Administrativa para la Competitividad Empresarial e Institucional* se encuentra en formación, con número de registro UABC-CA-222. Sus líneas de generación y aplicación del conocimiento son Gestión Estratégica Económica-Administrativa para la Competitividad Empresarial e Institucional.

Los miembros que integran el CA son:

- Leonel Rosiles López.
- Julio César León Prieto.
- Lorena Velez García.

Facultad de Turismo y Mercadotecnia

La planta académica que atiende el programa educativo está conformada por 39 profesores, de los cuales nueve son Profesores de Tiempo Completo (PTC) y 30 son Profesores de Asignatura. De los PTC, el 33% cuenta con reconocimiento SNI y el 100% cuenta con perfil deseable. Las características de la planta académica se muestran en las tablas 11 y 12.

Tabla 11. *Grado de profesores en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia.*

Grado	Cantidad
Doctorado	7
Maestría	19
Licenciatura	13
Total	39

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. *Perfil de la planta docente de tiempo completo.*

No. Empleado	Nombre	Grado	Institución de egreso del último grado
15610	Jorge Carlos Morgan Medina	Lic. Turismo Maestría en Gestión Pública del Turismo. Doctorado en Planificación Territorial y Desarrollo Regional.	Universidad de Barcelona
12222	Ricardo Verján Quiñones	Lic. Turismo Maestría en Mercadotecnia	Universidad Autónoma de Aguascalientes
24910	Marisa Reyes Orta	Lic. Relaciones Económicas Internacionales. Maestría en Economía Doctorado en Medio Ambiente y Desarrollo	Universidad Autónoma de Baja California
20384	Martha Ofelia Lobo Rodríguez	Lic. Turismo Maestría en Mercadotecnia Doctorado en Ciencias	Universidad Autónoma de Baja California
25366	Isis Diaz Carrión	Lic. en Administración de Empresas.	Universidad Complutense de

No. Empleado	Nombre	Grado	Institución de egreso del último grado
		Maestría en Gestión Pública del Turismo. Doctorado en Geografía y Desarrollo: territorio, sociedad y turismo.	Madrid
25367	Ma. Cruz Lozano Ramírez	Lic. Administración de Empresas. Maestría y Doctorado en Administración.	Universidad Autónoma de Aguascalientes.
20020	Omaira C. Martínez Moreno	Lic. Administración de Empresas. Maestría en Administración Internacional Doctorado en Ciencias Administrativas.	Universidad Autónoma de Baja California
15789	Omar L. Valladares Icedo	Lic. en Actuaría. Maestría en Administración	CETYS Universidad
29142	Isabel Morteo Stolle	Lic. en Mercadotecnia. Maestría y Doctorado en Administración	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que, en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, se cuenta con cuerpos académicos cuyas aportaciones a la ciencia benefician al programa educativo y a la formación de los estudiantes.

Cuerpo Académico para el programa educativo

El cuerpo académico *Las Organizaciones y su entorno* se encuentra consolidado, con número de registro UABC CA 146. Sus líneas de generación y aplicación del conocimiento son Gestión Turística y Mercadotecnia.

Los miembros que integran el CA son:

- José Gabriel Ruiz Andrade.
- Omaira Cecilia Martínez Moreno
- Ricardo Verján Quiñones

El cuerpo académico *Gestión del Turismo y la Mercadotecnia* se encuentra consolidado, con número de registro UABC CA 227. Sus líneas de generación y aplicación del conocimiento son Gestión Integral del Turismo y los Mercados.

Los miembros que integran el CA son:

- Jorge Carlos Morgan Medina.
- Onésimo Cuamea Velázquez.
- Ario Refugio Estrada Gaxiola.

El cuerpo académico *Desarrollo Turístico* se encuentra en consolidación, con número de registro UABC CA 173. Sus líneas de generación y aplicación del conocimiento son Desarrollo Turístico y Vinculación Universitaria.

Los miembros que integran el CA son:

- Martha Ofelia Lobo Rodríguez
- Carlos Alberto Flores Sánchez
- Isaac Cruz Estrada.

El cuerpo académico *La Responsabilidad social de las organizaciones* se encuentra en formación, con número de registro UABC CA 174. Sus líneas de generación y aplicación del conocimiento son la responsabilidad social y mercadotecnia estratégica.

Los miembros que integran el CA son:

- Juan Manuel Alberto Perrusquia Velazco
- Margarita Ramírez Torres
- Rocío Villalón Cañas

- Omar Leonardo Valladares Icedo
- Martha Elena López Regalado

El cuerpo académico *Estudios Multidisciplinarios de las Ciencias Sociales y Administrativas* se encuentra en formación, con número de registro UABC CA 278. Sus líneas de generación y aplicación del conocimiento son la gestión del conocimiento y género en sociedades y organizaciones multiculturales.

Los miembros que integran el CA son:

- Marisa Reyes Orta
- Isis Díaz Carrión
- Ma. Cruz Lozano Ramírez

4.4.3. Descripción de la infraestructura, materiales y equipo

Facultad de Ciencias Administrativas

Aulas

En la FCA, se considera que, en general, los espacios donde se desarrolla el PE se encuentran en buenas condiciones. Se tienen asignadas seis aulas debidamente equipadas con proyector cañón, conexión a internet, aire acondicionado y ventiladores, además del equipo regular de un aula para la realización de las actividades académicas. En relación a los talleres, se dispone de áreas específicas como Laboratorios de Cómputo, Taller de Gastronomía, salas de uso múltiples como aula magna, audiovisual y salas con una capacidad entre 50 y 800 personas aproximadamente, dependiendo del montaje. Para eventos, también se utiliza la explanada.

Cubículos para profesores de carrera y su equipamiento

Los profesores de tiempo completo cuentan con cubículos con equipo de cómputo disponible, mientras que los profesores de asignatura tienen a su disposición una sala de

maestros con equipo de cómputo, que además cuenta con un centro de copiado a disposición de la comunidad académica.

Biblioteca

La FCA cuenta con una biblioteca específica para las áreas del conocimiento de esta institución, la cual se ubica dentro de sus instalaciones; por ende, los estudiantes del PE tienen acceso a ella. A la Biblioteca Central, pueden acceder gracias a su credencial vigente como estudiantes de la UABC. Una herramienta adicional de consulta a la bibliografía es la biblioteca virtual con la que cuenta la UABC, donde los estudiantes acceden a través de internet, incluso desde la comodidad de sus hogares.

Equipo de cómputo para uso de los alumnos

Existen cinco laboratorios de cómputo con 30 equipos por cada uno de ellos, totalizando 150 computadoras.

Equipo de cómputo para uso de los maestros

En la sala de maestros, existen cinco computadoras de acceso libre, adicionales a las de los laboratorios de cómputo.

Facultad de Turismo y Mercadotecnia

Aulas

La FTYM cuenta con tres edificios, de los cuales, uno está destinado para la impartición de clases del PE, con cinco aulas, equipadas con mesas, sillas, computadora, cañón, pizarrón inteligente y acceso a internet. Se tiene un taller de alimentos y bebidas, dos auditorios con capacidad para 156 y 56 personas, dos salas de usos múltiples y dos laboratorios de cómputo.

Cubículos para profesores de carrera y su equipamiento

En cuanto a los espacios para los docentes de la planta académica, el 100% de los profesores de tiempo completo cuentan con cubículo individual.

Salas para profesores de asignatura

Los profesores de asignatura cuentan con una sala para maestros en el segundo piso de la FTYM, la cual cuenta con computadoras y módulo de impresión.

Biblioteca

Respecto al acervo bibliotecario, los estudiantes del PE de la FTyM hacen uso de la biblioteca del campus. Cuenta con diversos recursos para obtener información especializada como banco de datos, hemeroteca, revistas, colecciones, entre otros servicios.

El horario de atención de la biblioteca central es de 7:00 a 21:00 horas de lunes a viernes y sábados de 9:00 a 14:00 horas. La asistencia diaria es alrededor de 3000 usuarios. La biblioteca central, cuenta con estantería abierta, hemeroteca, videoteca, mapoteca, 16 cubículos de estudio, sala de video de consulta individual o colectiva, módulos de estudio individual, sala de lectura, sala de internet, salas para capacitación y videoconferencia. Cuenta también con catálogo en línea, página Web del DIA, auto préstamo, buzón nocturno y bases de datos en línea. Además, dispone de 21 bases de datos en línea con una extensa cantidad de revistas y artículos, algunas de estas bases de datos son: Springer, Emerald, Elsevier, Cengage, Web of Science, IEEE, Wiley, EBSCO entre otras.

Equipo de cómputo para uso de los alumnos

Se cuenta con dos laboratorios de cómputo con capacidad de 54 y 40 alumnos. Cada espacio cuenta con computadora, conexión a internet y dos impresoras para uso general.

Equipo de cómputo para uso de los maestros

En la sala de profesores, se dispone de cuatro computadoras de uso libre, conexión a internet e impresora.

Auditorios, salas audiovisuales y de teleconferencias

La UABC cuenta con espacios pertinentes para realizar actividades que apoyen el desarrollo integral de los estudiantes del programa educativo. A nivel institucional, se cuenta con:

- Teatro Universitario
- Salas para eventos académicos en el Departamento de Información Académica (DIA)

Para la realización de actividades deportivas se cuenta con una unidad deportiva equipada con:

- Gimnasio
- Pista atlética de 400 metros
- Sala de gimnasia
- Instalaciones para practicar baloncesto, fútbol soccer, fútbol rápido, softbol, béisbol, trota pista, pista atlética de 400 metros, voleibol, voleibol de playa y gimnasio al aire libre

4.4.4. Descripción de la estructura organizacional

En la presente propuesta, se considera la necesidad de una organización que impulse programas y servicios de apoyo para la operación adecuada de los programas educativos; que se valoren los procesos de enseñanza-aprendizaje y brinde seguimiento, continuidad y evaluación a las acciones encaminadas a ofrecer las condiciones para el fácil tránsito de los estudiantes en el programa. En las figuras 1 y 2 se integra la estructura organizacional de la Facultad de Ciencias Administrativas y la de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, respectivamente.

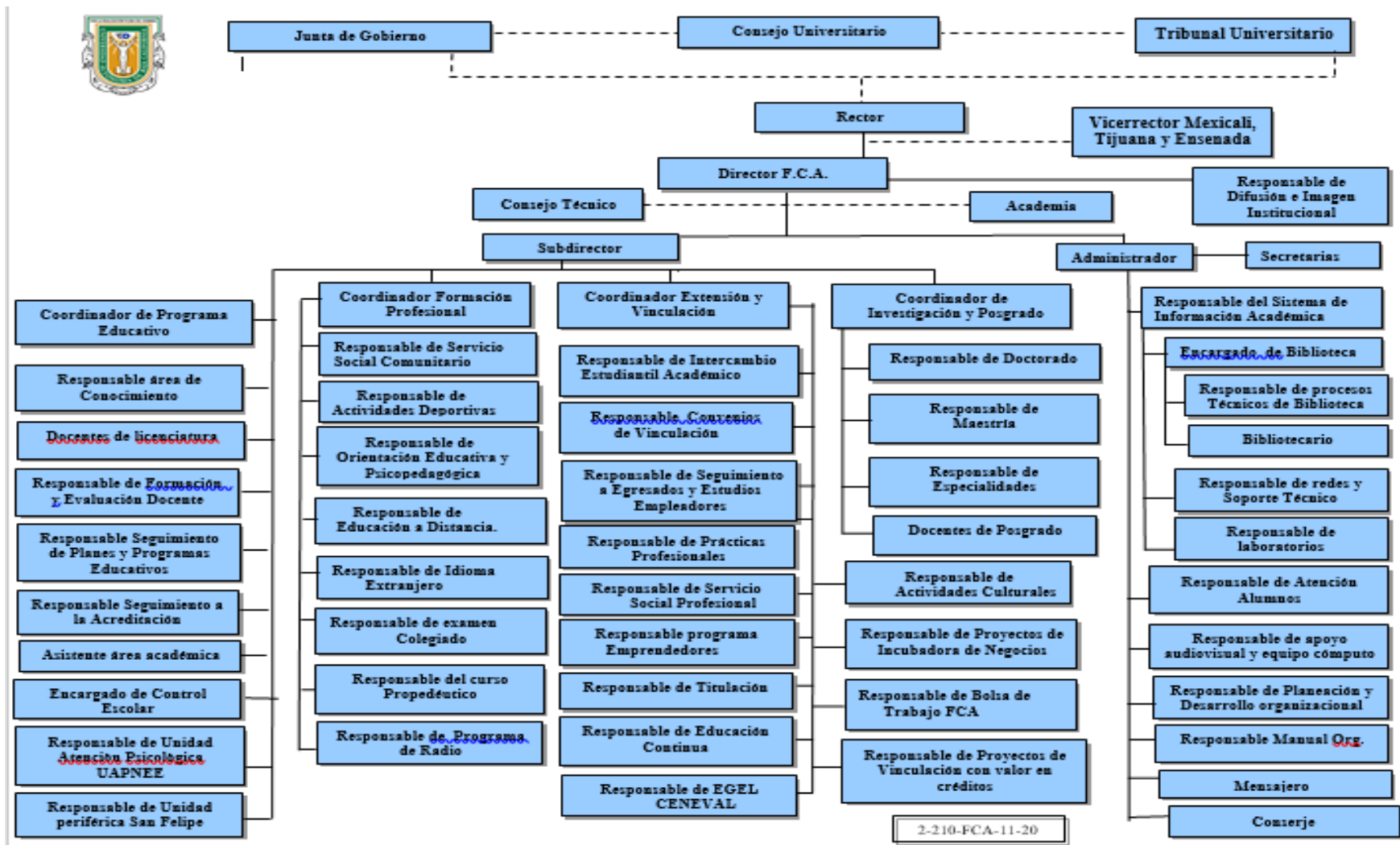


Figura 1. Organigrama de la Facultad de Ciencias Administrativas⁴
Fuente: UABC (2018).

⁴ La descripción de puestos se puede consultar en el Manual de Funciones 2018 de la Facultad de Ciencias Administrativas en <http://fca.mx1.uabc.mx/FCAMXL/Institucional/ManualdeFunciones.html>

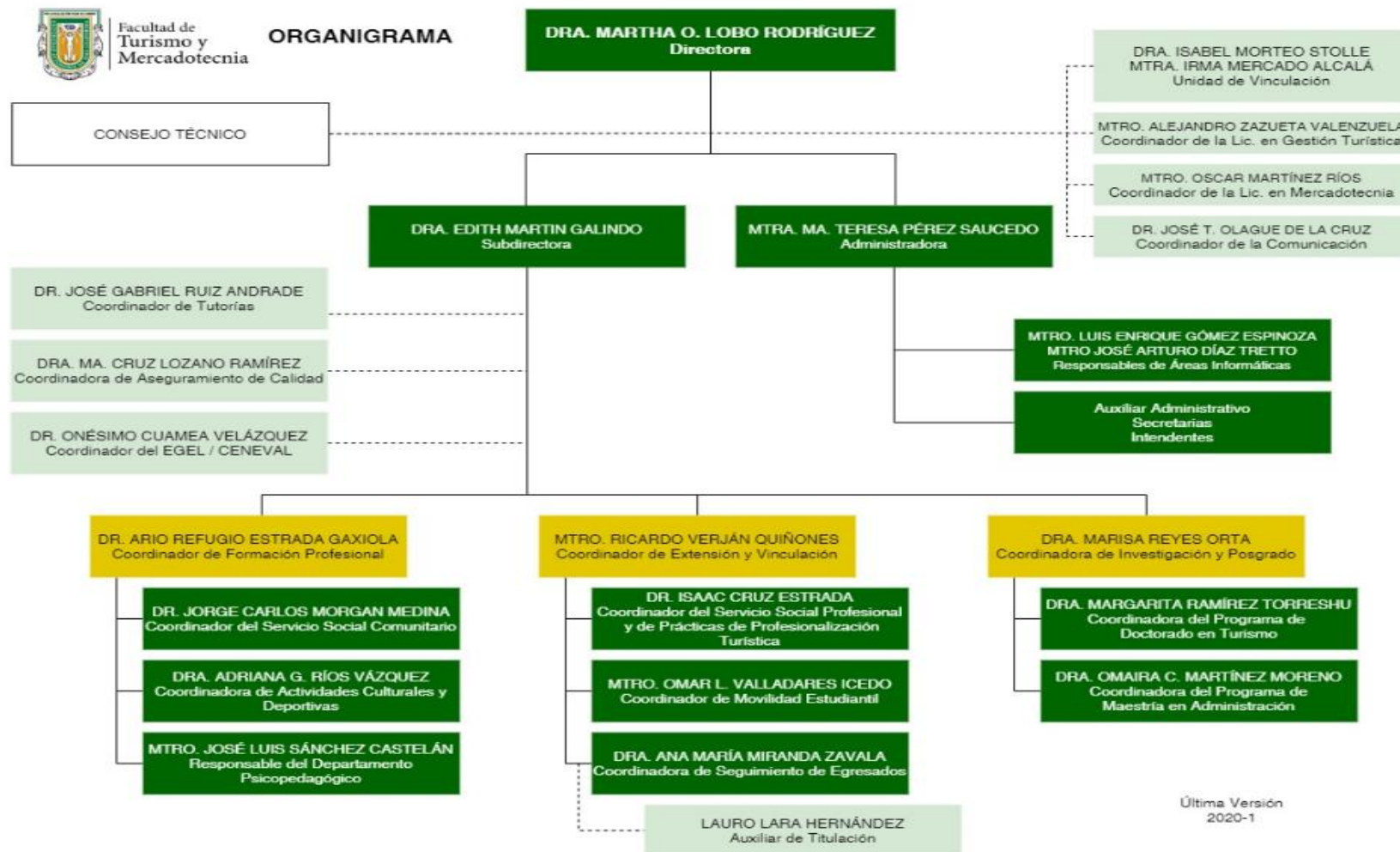


Figura 2. Organigrama de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia

Fuente: UABC (2019).⁵

⁵ La descripción de puestos se puede consultar en el Reglamento Interno de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia en http://sriagrual.uabc.mx/Externos/AbogadoGeneral/Reglamentos/ReglamentosIntUA/25_REGL_FAC_TURISMO.pdf

4.4.1. Descripción del Programa de Tutoría Académica

El propósito general de la tutoría académica es potencializar las capacidades y habilidades del estudiante para que consolide su proyecto académico con éxito, mediante una actuación responsable y activa en su propia formación profesional con la guía y acompañamiento de un tutor, el Programa de Tutorías Académicas en las unidades académicas responde a las inquietudes y necesidades de los actores que intervienen en el proceso de tutorías a través de la automatización de los procesos para su operación (UABC, 2012).

Dentro de la forma de organización de las tutorías académicas, la subdirección se apoya de la Coordinación de Formación Profesional de cada unidad académica, quien coordina esta actividad y proporciona el seguimiento respectivo. A todos los estudiantes se les asigna un tutor desde su ingreso hasta que concluyen sus estudios y cuentan con la posibilidad de realizar un cambio de tutor, en caso de ser necesario, dependiendo de la situación que se presente. En relación con el número de estudiantes por tutor, está en función del número de estudiantes que ingresan al programa educativo por grupo, dando como resultado un promedio de 30 estudiantes por tutor.

Con la finalidad de que la tutoría se realice eficientemente, cada unidad académica proporciona capacitación cuando un docente inicia con esta función y cuando existen modificaciones en el proceso de tutorías con la intención de homologar los procedimientos. El responsable de formación profesional coordina a los tutores en cada ciclo escolar, la agenda de reuniones de cada ciclo escolar para dar a conocer información y procesos necesarios para el cumplimiento puntual de sus funciones competentes.

Para la programación de las sesiones de tutoría individual y grupal, el tutor cuenta con un plan de actividades proporcionado por el responsable del Programa de Tutorías Académicas, mismo que indica como necesarias al menos cuatro tutorías grupales por ciclo escolar incluida la sesión de asignación de unidades de aprendizaje en periodos de reinscripción. Las cuatro sesiones de tutoría académica se programan de la siguiente

manera: la primera, en la segunda semana del periodo escolar; la segunda, en la mitad del periodo; la tercera, en la parte final de semestre; y la cuarta, en el período de reinscripción.

Las actividades de tutoría que se realizan son registradas en el Sistema de Tutorías Institucional (SIT) para respaldar el trabajo realizado por el tutor y como una forma de sistematizar la información. Durante el período de reinscripción los estudiantes obtienen el formato de Carga Académica Semestral y en caso de ser necesario el estudiante acude a un periodo de *ajustes*. Al término de cada período escolar, el tutor y tutorado participan en el proceso de evaluación de la tutoría, esto con la finalidad de solicitar su opinión y realizar un seguimiento a los aspectos relacionados en el proceso de tutorías.

Cada tutor presenta un reporte de tutorías al cierre del semestre de los resultados alcanzados y del seguimiento del proceso de apoyo realizado con cada uno de los estudiantes tutorados, evidenciando los avances logrados y refiriendo las necesidades de apoyo que para algunos casos se pudieron haber presentado.

El Coordinador de Formación Profesional realiza un informe por período escolar de las actividades desarrolladas, de la evaluación de tutores por parte del tutorado y de la autoevaluación de tutores, turnándose a la subdirección para la toma de decisiones correspondiente, permitiendo la retroalimentación permanente de la actividad.

Según los lineamientos generales para la operación de las tutorías académicas de la UABC, a cada generación del programa educativo se le asignará un tutor. Su función es asesorar a los estudiantes del programa educativo durante su trayectoria académica a través de la orientación y asesoría para que esté informado de temas de interés vital para el desarrollo y culminación de su proyecto académico.

Mecanismos de operación de la tutoría académica

a. Proceso de asignación de tutores

Al inicio de cada periodo escolar, cada profesor de tiempo completo será asignado como

tutor de un número de estudiantes, a quienes atenderá hasta su egreso. La Subdirección de cada unidad académica efectuará la distribución de grupos entre los tutores designados. En el caso especial de que un estudiante requiera cambio de tutor, éste acudirá al coordinador del programa educativo para solicitar dicho cambio.

b. Capacitación del uso del sistema para tutores y tutorados

El responsable de tutoría de la unidad académica correspondiente será el responsable de convocar a talleres de capacitación para tutores y tutorados.

c. Programación de sesiones de tutoría académica

El mínimo de sesiones de tutoría que debe realizar un tutor durante un ciclo escolar son cuatro: durante el periodo de reinscripciones, en la segunda semana del periodo escolar, a la mitad del periodo y otra al término del periodo. Cada profesor será responsable de atender íntegramente, en el espacio y tiempo establecidos, a los alumnos bajo su tutoría.

d. Difusión

El responsable de tutorías, apoyado de la coordinación del área de difusión de cada unidad académica, dará a conocer las fechas para realizar la tutoría durante el periodo escolar de acuerdo al calendario establecido.

e. Seguimiento y evaluación

Al término de cada periodo escolar, el tutor y tutorado deberán participar en el proceso de evaluación de la tutoría. El responsable de las tutorías académicas realizará un reporte por periodo escolar de las actividades desarrolladas, turnándose al director de la unidad académica para la toma de decisiones correspondiente y la entrega oportuna del reporte al Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación que corresponda. El Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación del campus dará seguimiento al proceso de tutorías en las unidades académicas y turnará un reporte a la Coordinación General de Formación Profesional.

4.5. Operación y titulación del TSU

Operación

El Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo es un programa educativo integrado en el programa de licenciatura. Sus competencias son que el estudiante:

- Colabore en empresas, servicios y productos que integran la industria de la hospitalidad para asegurar la experiencia y satisfacción de los diversos perfiles de clientes, generando una cultura y espíritu de servicio, protocolos de servicio e indicadores de calidad que permitan la adaptabilidad, solución de problemas con inteligencia emocional, creatividad, empatía y tolerancia.
- Opere productos y servicios turísticos especializados en hospitalidad, a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística, colaborando en la preservación del patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.

El Técnico Superior Universitario abarca los primeros cuatro periodos del programa de licenciatura. Para lograrlo, debe cubrir 180 créditos, de los cuales 162 son obligatorios y 18 optativos; para completarlos, debe cursar 28 asignaturas obligatorias y tres optativas.

Para la obtención del título de Técnico Superior Universitario, el estudiante debe cumplir con dos requisitos: (1) realizar el servicio social comunitario y (2) acreditar el servicio social profesional.

Servicio social comunitario

El servicio social comunitario lo realizará en la etapa básica del programa educativo, donde debe cumplir con 300 horas en actividades generales para el desarrollo de grupos vulnerables en los sectores públicos o asociaciones sin fines de lucro, con apego al Reglamento de Servicio Social de la Universidad.

Servicio social profesional

El servicio social profesional será acreditado y liberado cuando el estudiante cumpla cabalmente y apruebe las ocho asignaturas del área de conocimiento Gestión Turística, las cuales, contando las HC (horas clase) y HPC (horas de práctica de campo) son 37 durante las 16 semanas del semestre. En total, el estudiante estará dedicando 592 horas a actividades asociadas a la práctica profesional durante los cuatro periodos de duración del Técnico Superior Universitario. La Coordinación General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar expedirá la constancia de liberación y acreditará el servicio social profesional únicamente para los estudiantes que soliciten el título de Técnico Superior Universitario. Esta constancia no sustituye al servicio social profesional para la obtención del título de licenciatura.

Titulación⁶

Para obtener el título de Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo, se requiere la acreditación de todas las asignaturas de los primeros cuatro periodos del plan de estudios. El estudiante podrá tramitar su título atendiendo los requisitos administrativos correspondientes en el Departamento de Servicios Estudiantiles de la UABC.

El alumno que solicite el título de Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo podrá continuar su trayecto formativo para el cumplimiento de créditos y requisitos de la etapa disciplinaria y terminal del plan de estudios de licenciatura y obtener el grado de Licenciado en Gestión Turística.

En la figura 3, se presenta el trayecto formativo de los estudiantes por el programa educativo de licenciatura y la ruta para la obtención del Técnico Superior Universitario.

⁶ En el caso de Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo, no será requisito las prácticas profesionales, pero dentro de la estructura curricular, se definieron que las 8 asignaturas que componen el área de conocimiento Gestión Turística mantuvieran prácticas de campo en su distribución horaria y con esto garantizar la participación de los estudiantes en escenarios profesionales.

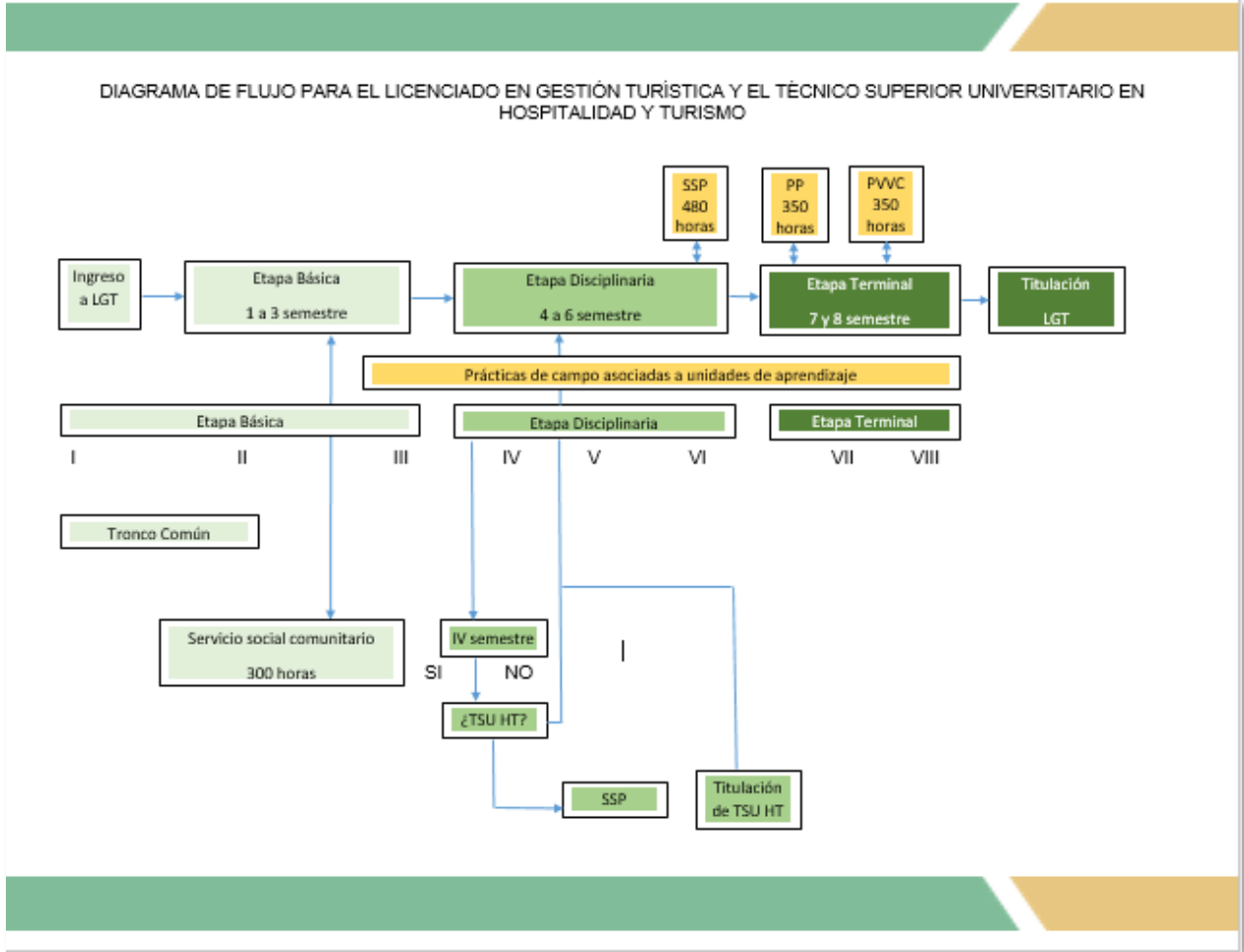


Figura 3. Trayecto formativo por el programa educativo de licenciatura y la ruta para la obtención del Técnico Superior Universitario.

Fuente: Elaboración propia.

5. Plan de estudios de licenciatura

La estructura del plan de estudios comprende los siguientes apartados: perfil de ingreso, perfil de egreso, campo profesional, características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación, características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento, mapa curricular, descripción cuantitativa del plan de estudios, tipología de las unidades de aprendizaje y equivalencia de las unidades de aprendizaje.

5.1. Perfil de ingreso

El estudiante que desee ingresar al programa educativo de Licenciado en Gestión Turística deberá poseer las siguientes características:

- Actitud de servicio
- Responsable y dinámico
- Emprendedor e innovador
- Respeto a la diversidad cultural y aprecio por la cultura nacional
- Facilidad para manejar el idioma inglés

Conocimientos generales en las áreas de:

- Administración
- Inglés
- Matemáticas

Habilidades:

- Hablar en público
- Trabajo en equipo
- Trabajo multidisciplinario
- Expresarse correctamente en español e inglés
- Trabajo bajo presión

Actitudes:

- De servicio
- Proactivo
- Dinámico

Valores:

- Responsabilidad
- Tolerancia
- Respeto por la diversidad cultural
- Aprecio por el desarrollo sustentable

5.2. Perfil de egreso

El egresado del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística es un profesionalista con una formación sólida que aplica los conocimientos científicos, tecnológicos, de administración, finanzas, innovación, mercadotecnia, calidad y gestión turística para solucionar problemáticas de su propia disciplina.

El Licenciado en Gestión Turística será competente para:

1. Dirigir organizaciones turísticas públicas y privadas a través de la gestión eficiente de recursos, el análisis del entorno y el uso de plataformas digitales, softwares y herramientas especializadas, que permitan adaptarse a las tendencias globales y generar desarrollo, con liderazgo y responsabilidad social.
2. Diseñar productos y servicios turísticos especializados, a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística preservando el patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.
3. Desarrollar proyectos y actividades turísticas que permitan una mayor integración del sector turístico mediante la participación de las empresas y comunidades, buscando minimizar los impactos negativos del turismo y la puesta en valor del patrimonio en atención a recomendaciones de organismos

nacionales e internacionales, con responsabilidad y honestidad.

4. Desarrollar una cultura de calidad en el servicio al cliente, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, a través de la aplicación y adaptación de estándares internacionales y nacionales vigentes, con apego a la normatividad y profesionalismo.

5.3. Campo profesional

Los egresados del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística pueden desempeñarse en diferentes sectores:

Sector público:

- Organismos de promoción turística
- Organismos de fomento al turismo
- Dependencias de desarrollo turístico

Sector privado:

- Cámaras y asociaciones turísticas
- Restaurantes y bares
- Empresas de hospedaje
- Organización de eventos
- Intermediarios turísticos
- Servicios de viaje

Como profesional independiente:

- Consultor
- Asesor empresarial
- Emprendedor de su propio negocio.

5.4. Características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.
Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana

Programa educativo: Licenciado en Gestión Turística

Grado académico: Licenciatura

Plan de estudio: 2022-1

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ***
<i>Etapa Básica Obligatoria</i>								
1	Inglés I	1	-	3	-	1	5	
2	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	1	-	3	-	1	5	
3	Habilidades de Redacción y Comunicación	1	-	3	-	1	5	
4	Herramientas Digitales	1	-	4	-	1	6	
5	Introducción a la Administración	2	-	2	-	2	6	
6	Fundamentos de Economía	2	-	2	-	2	6	
7	Matemáticas	2	-	2	-	2	6	
8	Inglés II	1	-	3	-	1	5	1
9	Estadística	1	-	3	-	1	5	
10	Introducción a la Mercadotecnia	2	-	2	-	2	6	
11	Fundamentos del Turismo en los Negocios	2	-	2	-	2	6	
12	Introducción a la Contabilidad	2	-	3	-	2	7	
13	Introducción a la Inteligencia de Negocios	2	-	2	-	2	6	
14	Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	1	-	3	-	1	5	
15	Specialized English in Tourism	2	-	2	1	2	7	
16	Patrimonio Nacional y Turismo	2	-	-	3	2	7	
17	Gestión del Capital Humano	1	-	3	-	1	5	
18	Análisis de la Estructura Turística	2	-	-	3	2	7	
19	Hospitalidad	2	-	-	3	2	7	
20	Fundamentos de Metodología de Investigación	2	-	2	-	2	6	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
<i>Etapa Disciplinaria Obligatoria</i>								
21	International Trends in Tourism	2	-	2	-	2	6	
22	Normatividad Turística	1	-	3	-	1	5	
23	Operación de Servicios de Hospedaje	2	1	-	2	2	7	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ***
24	Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico	1	-	3	-	1	5	
25	Servicios de Viaje e Intermediación Turística	2	1	-	2	2	7	
26	Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	2	-	-	3	2	7	
27	Logística y Operación de Eventos	2	-	-	3	2	7	
28	Matemáticas Financieras y Presupuestos para el Turismo	1	-	3	-	1	5	
29	Sistemas de Calidad en Turismo	2	-	2	-	2	6	
30	Gestión de Empresas de Hospedaje	1	-	2	1	1	5	23
31	Integrated Marketing Communication for Tourism Businesses	2	-	2	-	2	6	
32	Administración Estratégica	2	-	2	-	2	6	
33	Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	1	-	3	-	1	5	26
34	Dirección y Organización de Eventos	1	-	1	2	1	5	27
35	Producto Turístico	1	-	3	-	1	5	
36	Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad	1	-	3	-	1	5	29
37	Finanzas Aplicadas al Turismo	1	-	3	-	1	5	
38	Digital Marketing for Tourism Companies	2	-	2	-	2	6	
39	Comercialización para el Sector Turístico	1	-	3	-	1	5	
40	Dirección Estratégica en el Turismo	1	-	3	-	1	5	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
<i>Etapa Terminal Obligatoria</i>								
41	Desarrollo de Emprendedores	1	-	4	-	1	6	
42	Revenue Management para Empresas Turísticas	1	-	3	-	1	5	37
43	Seminario de Innovación en el Turismo	-	-	-	3	-	3	
44	Gestión de la Calidad en Turismo	-	-	-	3	-	3	
45	Práctica Profesional	-	-	-	15	-	15	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ***
	Optativa						Vr	
<i>Etapa Básica Optativa</i>								
46	Ecoturismo	2	-	1	2	2	7	
47	Diseño Gráfico	1	3	-	-	1	5	
48	Economía Turística	2	-	2	-	2	6	
49	Estadística Aplicada al Turismo	2	-	2	-	2	6	
<i>Etapa Disciplinaria Optativa</i>								
50	Técnicas Básicas Gastronómicas	2	-	2	-	2	6	
51	Relaciones Públicas	2	-	1	1	2	6	
52	Geografía del Turismo Mundial	2	-	2	-	2	6	
53	Técnicas de Negociación	2	-	2	-	2	6	
54	Global Sustainable Tourism Management	1	-	2	2	1	6	
55	Health Tourism Marketing	2	-	1	1	2	6	
56	Gestión Pública del Turismo	2	-	2	-	2	6	
<i>Etapa Terminal Optativa</i>								
57	Personal Branding	2	-	3	-	2	7	
58	Maître de Restaurant	2	-	3	-	2	7	
59	Turismo de Reuniones	2	-	2	-	2	6	
60	Empresas de Gestión de Destino	2	-	3	-	2	7	
61	Gestión de Economías Compartidas en Turismo	2	-	3	-	2	7	
62	Logística y Transporte para Turoperadores	2	-	3	-	2	7	
63	Formulación de Proyectos de Inversión Turísticos	2	-	3	-	2	7	
64	Diagnóstico y Consultoría en Hospitalidad	2	-	3	-	2	7	
65	Diseño de Menú para Bares y Restaurantes	2	-	3	-	2	7	
66	Gestión de la Animación Turística	2	-	2	1	2	7	
67	Desarrollo de Producto Turístico Rural	2	-	1	1	2	6	

*No es la clave oficial, es una numeración consecutiva asignada para el control, orden y organización de las asignaturas. Cuando el plan de estudios se apruebe por el H. Consejo Universitario, se procede al registro oficial en el Sistema Integral de Planes de Estudio y de Autoevaluación (SIPPEA) y se le asigna la clave.

**Estas unidades de aprendizaje pueden impartirse en inglés de acuerdo a las condiciones de la unidad académica. El programa de unidad de aprendizaje se diseñó en español e inglés. Esto atiende a las políticas institucionales sobre la promoción de una segunda lengua, principalmente el inglés.

*** Nomenclatura:

HC: Horas Clase

HL: Horas Laboratorio

HT: Horas Taller

HPC: Horas Prácticas de Campo

HE: Horas Extra clase

CR: Créditos

RQ: Requisitos

VR: Variable

5.5. Características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.
Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana

Programa educativo: Licenciado en Gestión Turística

Grado académico: Licenciatura

Plan de estudio: 2022-1

Área de conocimiento: Formación Integral								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
1	Inglés I	1	-	3	-	1	5	
2	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	1	-	3	-	1	5	
3	Habilidades de Redacción y Comunicación	1	-	3	-	1	5	
8	Inglés II	1	-	3	-	1	5	1
14	Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	1	-	3	-	1	5	
20	Fundamentos de Metodología de Investigación	2	-	2	-	2	6	
<i>Unidades de Aprendizaje Optativas</i>								
47	Diseño Gráfico	1	-	3	-	1	5	

Área de conocimiento: Mercadotecnia								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
4	Herramientas Digitales	1	-	4	-	1	6	
10	Introducción a la Mercadotecnia	2	-	2	-	2	6	
24	Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico	1	-	3	-	1	5	
31	Integrated Marketing Communication for Tourism Businesses	2	-	2	-	2	6	
38	Digital Marketing for Tourism Companies	2	-	2	-	2	6	
39	Comercialización para el Sector Turístico	1	-	3	-	1	5	
<i>Unidades de Aprendizaje Optativas</i>								
51	Relaciones Públicas	2	-	1	1	2	6	
53	Técnicas de Negociación	2	-	2	-	2	6	
57	Personal Branding (homologada)	2	-	3	-	2	7	

Área de conocimiento: Administración

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
5	Introducción a la Administración	2	-	2	-	2	6	
13	Introducción a la Inteligencia de Negocios	2	-	2	-	2	6	
17	Gestión del Capital Humano	1	-	3	-	1	5	
32	Administración Estratégica	2	-	2	-	2	6	

Área de conocimiento: Finanzas

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
7	Matemáticas	2	-	2	-	2	6	
9	Estadística	1	-	3	-	1	5	
12	Introducción a la Contabilidad	2	-	3	-	2	7	
28	Matemáticas Financieras y Presupuestos para el Turismo	1	-	3	-	1	5	
37	Finanzas Aplicadas al Turismo	1	-	3	-	1	5	
42	Revenue Management para Empresas Turísticas	1	-	3	-	1	5	37

Área de conocimiento: Gestión Turística

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
6	Fundamentos de Economía	2	-	2	-	2	6	
11	Fundamentos del Turismo en los Negocios	2	-	2	-	2	6	
15	Specialized English in Tourism	2	-	2	1	2	7	
16	Patrimonio Nacional y Turismo	2	-	-	3	2	7	
18	Análisis de la Estructura Turística	2	-	-	3	2	7	
19	Hospitalidad	2	-	-	3	2	7	
23	Operación de Servicios de Hospedaje	2	1	-	2	2	7	
25	Servicios de Viaje e Intermediación Turística	2	1	-	2	2	7	
26	Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	2	-	-	3	2	7	
27	Logística y Operación de Eventos	2	-	-	3	2	7	
30	Gestión de Empresas de Hospedaje	1	-	2	1	1	5	23
33	Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	1	-	3	-	1	5	26
34	Dirección y Organización de Eventos	1	-	1	2	1	5	27
40	Dirección Estratégica en el Turismo	1	-	3	-	1	5	

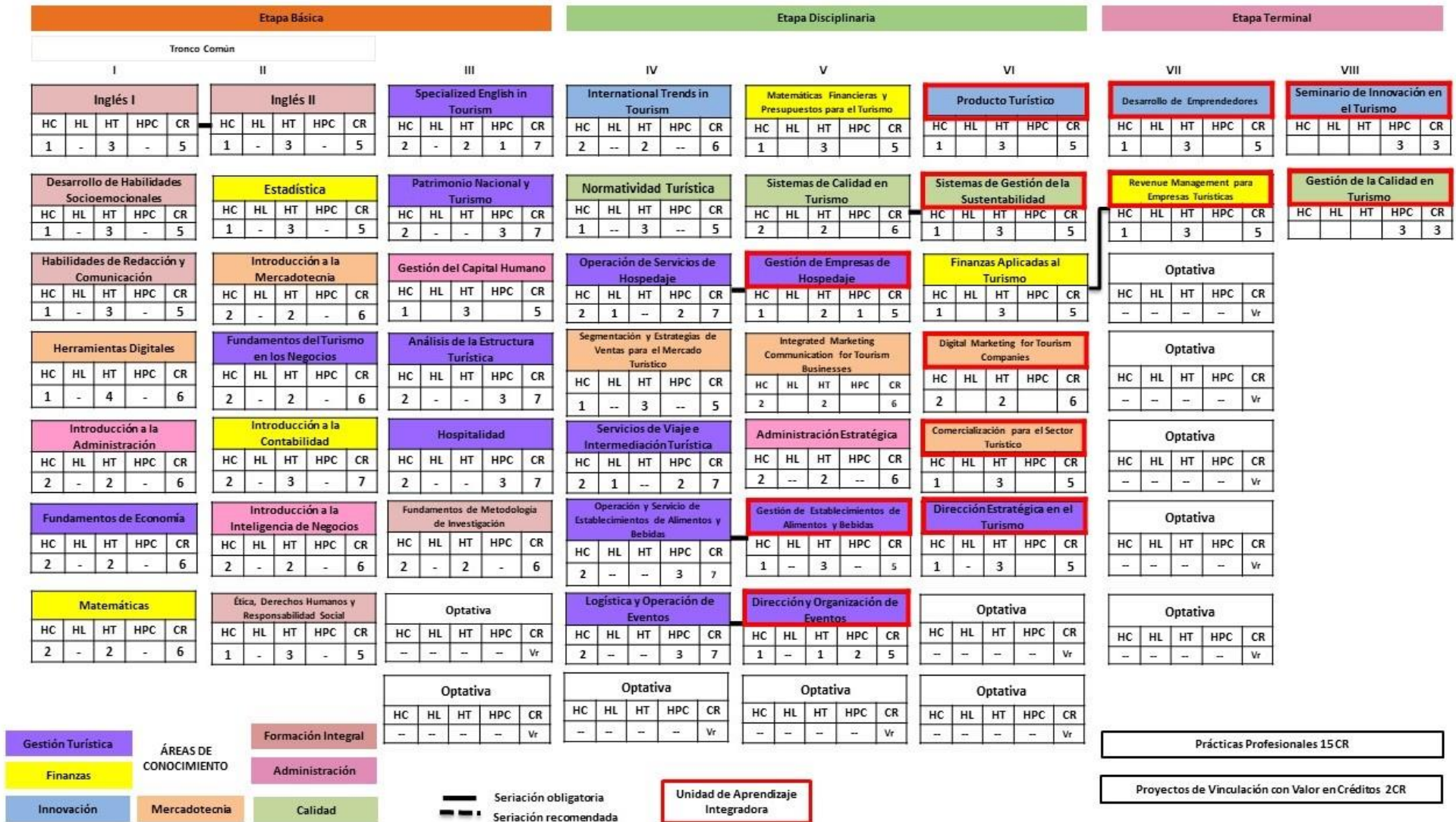
Área de conocimiento: Gestión Turística								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
Unidades de Aprendizaje Optativas								
46	Ecoturismo	2	-	1	2	2	7	
48	Economía Turística	2	-	2	-	2	6	
49	Estadística Aplicada al Turismo	2	-	2	-	2	6	
50	Técnicas Básicas Gastronómicas	2	-	2	-	2	6	
52	Geografía del Turismo Mundial	2	-	2	-	2	6	
54	Global Sustainable Tourism Management	1	-	2	2	1	6	
55	Health Tourism Marketing	2	-	1	1	2	6	
56	Gestión Pública del Turismo	2	-	2	-	2	6	
58	Maître de Restaurant	2	-	3	-	2	7	
59	Turismo de Reuniones	2	-	2	-	2	6	
60	Empresas de Gestión de Destino	2	-	3	-	2	7	
61	Gestión de Economías Compartidas en Turismo	2	-	3	-	2	7	
62	Logística y Transporte para Turoperadores	2	-	3	-	2	7	
63	Formulación de Proyectos de Inversión Turísticos	2	-	3	-	2	7	
64	Diagnóstico y Consultoría en Hospitalidad	2	-	3	-	2	7	
65	Diseño de Menú para Bares y Restaurantes	2	-	3	-	2	7	
66	Gestión de la Animación Turística	2	-	2	1	2	7	
67	Desarrollo de Producto Turístico Rural	2	-	1	1	2	6	

Área de conocimiento: Innovación								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
21	International Trends in Tourism	2	-	2	-	2	6	
35	Producto Turístico	1	-	3	-	1	5	
41	Desarrollo de Emprendedores	1	-	4	-	1	6	
43	Seminario de Innovación en el Turismo	-	-	-	3	-	3	

Área de conocimiento: Calidad

	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
22	Normatividad Turística	1	-	3	-	1	5	
29	Sistemas de Calidad en Turismo	2	-	2	-	2	6	
36	Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad	1	-	3	-	1	5	29
44	Gestión de la Calidad en Turismo	-	-	-	3	-	3	36

5.6. Mapa Curricular de Licenciado en Gestión Turística



5.7. Descripción cuantitativa del plan de estudios

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.
Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana

Programa educativo: Licenciado en Gestión Turística

Grado académico: Licenciatura

Plan de estudio:

Distribución de créditos por etapa de formación

Etapa	Obligatorios	Optativos	Total	Porcentajes
Básica	118	12	130	38.92
Disciplinaria	113	24	137	41.02
Terminal*	17	35	52	15.57
Prácticas profesionales	15	--	15	4.49
Total	263	71	334	100%
Porcentajes	78.74%	21.26%	100%	

*En los créditos optativos de la etapa terminal se incluyen los dos créditos del Proyecto de Vinculación con Valor Curricular.

Distribución de créditos obligatorios por área de conocimiento

Área	Básica	Disciplinaria	Terminal	Total	%
Formación Integral	31	--	--	31	12.50
Mercadotecnia	12	22	--	34	13.71
Administración	17	6	--	23	9.27
Finanzas	18	10	5	33	13.31
Gestión Turística	40	48	--	88	35.48
Innovación	--	11	9	20	8.07
Calidad	--	16	3	19	7.66
Total	118	113	17	248	100%
Porcentajes	47.58	45.56	6.86	100%	

Distribución de unidades de aprendizaje por etapas de formación

Etapa	Obligatorias	Optativas	Total
Básica	20	2	22
Disciplinaria	20	4	24
Terminal	4	5	9
Total	44	11*	55

*Para promover flexibilidad y brindar opciones de formación a los estudiantes, se integran en esta propuesta 22 unidades de aprendizaje optativas.

5.8. Tipología de las unidades de aprendizaje

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.
Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana

Programa educativo: Licenciado en Gestión Turística

Grado académico: Licenciatura

Plan de estudio

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	<i>Etapa Básica Obligatoria</i>		
1	Inglés I	3	
	Taller de Inglés I	2	
2	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	3	
	Taller de Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	2	
3	Habilidades de Redacción y Comunicación	3	
	Taller de Habilidades de Redacción y Comunicación	2	
4	Herramientas Digitales	3	
	Taller de Herramientas Digitales	2	
5	Introducción a la Administración	3	
	Taller de Introducción a la Administración	2	
6	Fundamentos de Economía	3	
	Taller de Fundamentos de Economía	2	
7	Matemáticas	3	
	Taller de Matemáticas	2	
8	Inglés II	3	
	Taller de Inglés II	2	
9	Estadística	3	
	Taller de Estadística	2	
10	Introducción a la Mercadotecnia	3	
	Taller de Introducción a la Mercadotecnia	2	
11	Fundamentos del Turismo en los Negocios	3	
	Taller de Fundamentos del Turismo en los Negocios	2	
12	Introducción a la Contabilidad	3	
	Taller de Introducción a la Contabilidad	2	
13	Introducción a la Inteligencia de Negocios	3	
	Taller de Introducción a la Inteligencia de Negocios	2	
14	Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	3	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Taller de Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	2	
15	Specialized English in Tourism	3	
	Taller de Specialized English in Tourism	2	
	Práctica de Campo de Specialized English in Tourism	1	
16	Patrimonio Nacional y Turismo	3	
	Práctica de Campo de Patrimonio Nacional y Turismo	1	
17	Gestión del Capital Humano	3	
	Taller de Gestión del Capital Humano	2	
18	Análisis de la Estructura Turística	3	
	Práctica de Campo de Análisis de la Estructura Turística	1	
19	Hospitalidad	3	
	Práctica de Campo de Hospitalidad	1	
20	Fundamentos de Metodología de Investigación	3	
	Taller de Fundamentos de Metodología de Investigación	2	
	Etapas Disciplinarias Obligatorias		
21	International Trends in Tourism	3	
	Taller de International Trends in Tourism	2	
22	Normatividad Turística	3	
	Taller de Normatividad Turística	2	
23	Operación de Servicios de Hospedaje	3	
	Laboratorio de Operación de Servicios de Hospedaje	2	
	Práctica de Campo de Operación de Servicios de Hospedaje	1	
24	Segmentación y Estrategias de Venta para el Mercado Turístico	3	
	Taller de Segmentación y Estrategias de Venta para el Mercado Turístico	2	
25	Servicios de Viaje e Intermediación Turística	3	
	Laboratorio de Servicios de Viaje e Intermediación Turística	2	
	Práctica de Campo de Servicios de Viaje e Intermediación Turística	1	
26	Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	3	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Práctica de Campo de Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	1	
27	Logística y Operación de Eventos	3	
	Práctica de Campo de Logística y Operación de Eventos	1	
28	Matemáticas Financieras y Presupuestos para el Turismo	3	
	Taller de Matemáticas Financieras y Presupuestos para el Turismo	2	
29	Sistemas de Calidad en Turismo	3	
	Taller de Sistemas de Calidad en Turismo	2	
30	Gestión de Empresas de Hospedaje	3	
	Taller de Gestión de Empresas de Hospedaje	2	
	Práctica de Campo de Gestión de Empresas de Hospedaje	1	
31	Integrated Marketing Communication for Tourism Businesses	3	
	Taller de Integrated Marketing Communication for Tourism Businesses	2	
32	Administración Estratégica	3	
	Taller de Administración Estratégica	2	
33	Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	3	
	Taller de Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	2	
34	Dirección y Organización de Eventos	3	
	Taller de Dirección y Organización de Eventos	2	
	Práctica de Campo de Dirección y Organización de Eventos	1	
35	Producto Turístico	3	
	Taller de Producto Turístico	2	
36	Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad	3	
	Taller de Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad	2	
37	Finanzas Aplicadas al Turismo	3	
	Taller de Finanzas Aplicadas al Turismo	2	
38	Digital Marketing for Tourism Companies	3	
	Taller de Digital Marketing for Tourism Companies	2	
39	Comercialización para el Sector Turístico	3	
	Taller de Comercialización para el Sector Turístico	2	
40	Dirección Estratégica en el Turismo	3	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Taller de Dirección Estratégica en el Turismo	2	
	Etapa Terminal Obligatoria		
41	Desarrollo de Emprendedores	3	
	Taller de Desarrollo de Emprendedores	2	
42	Revenue Management para Empresas Turísticas	3	
	Taller de Revenue Management para Empresas Turísticas	2	
43	Seminario de Innovación en el Turismo	--	No tiene HC
	Práctica de Campo de Seminario de Innovación en el Turismo	1	
44	Gestión de la Calidad en Turismo	--	No tiene HC
	Práctica de Campo de Gestión de la Calidad en Turismo	1	
	Etapa Básica Optativa		
46	Ecoturismo	3	
	Taller de Ecoturismo	2	
	Práctica de Campo de Ecoturismo	1	
47	Diseño Gráfico	3	
	Laboratorio de Diseño Gráfico	2	
48	Economía Turística	3	
	Taller de Economía Turística	2	
49	Estadística Aplicada al Turismo	3	
	Taller de Estadística Aplicada al Turismo	2	
	Etapa Disciplinaria Optativa		
50	Técnicas Básicas Gastronómicas	3	
	Taller de Técnicas Básicas Gastronómicas	2	
51	Relaciones Públicas	3	
	Taller de Relaciones Públicas	2	
	Práctica de Campo de Relaciones Públicas	1	
52	Geografía del Turismo Mundial	3	
	Taller de Geografía del Turismo Mundial	2	
53	Técnicas de Negociación	3	
	Taller de Técnicas de Negociación	2	
54	Global Sustainable Tourism Management	3	
	Taller de Global Sustainable Tourism Management	2	
	Práctica de Campo de Global Sustainable Tourism Management	1	
55	Health Tourism Marketing	3	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Taller de Health Tourism Marketing	2	
	Práctica de Campo de Health Tourism Marketing	1	
56	Gestión Pública del Turismo	3	
	Taller de Gestión Pública del Turismo	2	
Etapa Terminal Optativa			
57	Personal Branding	3	
	Taller de Personal Branding	2	
58	Maître de Restaurant	3	
	Taller de Maître de Restaurant	2	
59	Turismo de Reuniones	3	
	Taller de Turismo de Reuniones	2	
60	Empresas de Gestión de Destino	3	
	Taller de Empresas de Gestión de Destino	2	
61	Gestión de Economías Compartidas en Turismo	3	
	Taller de Gestión de Economías Compartidas en Turismo	2	
62	Logística y Transporte para Tour Operadores	3	
	Taller de Logística y Transporte para Tour Operadores	2	
63	Formulación de Proyectos de Inversión Turísticos	3	
	Taller de Formulación de Proyectos de Inversión Turísticos	2	
64	Diagnóstico y Consultoría en Hospitalidad	3	
	Taller de Diagnóstico y Consultoría en Hospitalidad	2	
65	Diseño de Menú para Bares y Restaurantes	3	
	Taller de Diseño de Menú para Bares y Restaurantes	2	
66	Gestión de la Animación Turística	3	
	Taller de Gestión de la Animación Turística	2	
	Práctica de Campo de Gestión de la Animación Turística	1	
67	Desarrollo de Producto Turístico Rural	3	
	Taller de Desarrollo de Producto Turístico Rural	2	
	Práctica de Campo de Desarrollo de Producto Turístico Rural	1	

La tipología de las asignaturas se refiere a los parámetros que se toman en cuenta para la realización eficiente del proceso de aprendizaje integral, tomando en consideración la forma en cómo se desarrolla ésta de acuerdo a sus características, es decir, teóricas o prácticas (laboratorio, taller, clínica o práctica de campo etc.), el equipo necesario, material requerido y espacios físicos en los que se deberá desarrollar el curso, todo ello determinará la cantidad de alumnos que podrán atenderse por grupo.

De acuerdo con la Guía Metodológica para la Creación, Modificación y Actualización de los Programas Educativos de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2010), existen tres tipologías:

- Tipo 1. Está considerado para aquellas actividades de la enseñanza en las que se requiere la manipulación de instrumentos, animales o personas, en donde la responsabilidad de asegurar el adecuado manejo de los elementos es del docente y donde, además, es indispensable la supervisión de la ejecución del alumno de manera directa y continua (clínica y práctica). El rango correspondiente a este tipo es: Rango normal = 6 a 10 alumnos
- Tipo 2. Está diseñado para cumplir con una amplia gama de actividades de enseñanza aprendizaje, en donde se requiere una relación estrecha para supervisión o asesoría del docente. Presupone una actividad predominante del alumno y un seguimiento vigilante e instrucción correctiva del profesor (talleres, laboratorios). Rango normal = 12 a 20 alumnos.
- Tipo 3. Son asignaturas básicamente teóricas en las cuales predominan las técnicas expositivas; la actividad se lleva a cabo dentro del aula y requiere un seguimiento por parte del profesor del grupo en el proceso de aprendizaje integral: Rango normal = 24 a 40 alumnos

5.9. Equivalencias de las unidades de aprendizaje

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.
Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana

Programa educativo: Licenciado en Gestión Turística

Grado académico: Licenciatura

Plan de estudio: 2022-1

Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2022-1	Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2009-2
<i>Etapa Básica Obligatoria</i>			
1	Inglés I	--	Sin equivalencia
2	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	11238	Desarrollo Humano
3	Habilidades de Redacción y Comunicación	11236	Comunicación Oral y Escrita
4	Herramientas Digitales	11242	Tecnologías de la Información
5	Introducción a la Administración	11248	Proceso Administrativo
6	Fundamentos de Economía	11245	Economía
7	Matemáticas	11240	Matemáticas
8	Inglés II	--	Sin equivalencia
9	Estadística	11247	Probabilidad y Estadística
10	Introducción a la Mercadotecnia	12287	Mercadotecnia
11	Fundamentos del Turismo en los Negocios	12288	Componentes del Sistema Turístico
12	Introducción a la Contabilidad	11237	Contabilidad
13	Introducción a la Inteligencia de Negocios	11249	Sistemas de Información
14	Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	11241	Responsabilidad Social
15	Specialized English in Tourism	33515	Inglés Especializado para Turismo
16	Patrimonio Nacional y Turismo	12285	Geografía Turística Nacional
17	Gestión del Capital Humano	12286	Integración del Desarrollo del Talento Humano
18	Análisis de la Estructura Turística	12284	Entorno Turístico
19	Hospitalidad	--	Sin equivalencia
20	Fundamentos de Metodología de Investigación	12313	Metodología de la Investigación
<i>Etapa Disciplinaria Obligatoria</i>			

Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2022-1	Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2009-2
21	International Trends in Tourism	12299	Inglés: Tópicos Selectos de Turismo
22	Normatividad Turística	12293	Legislación Turística
23	Operación de Servicios de Hospedaje	12300	Operación de establecimientos de Hospedaje
24	Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico	12314	Administración de Ventas
25	Servicios de Viaje e Intermediación Turística	12296	Operación de Servicios de Viaje
26	Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	12295	Operación de Establecimientos de Alimentos y Bebidas
27	Logística y Operación de Eventos	12294	Logística y Operación de Eventos
28	Matemáticas Financieras y Presupuestos para el Turismo	11733	Matemáticas Financieras
29	Sistemas de Calidad en Turismo	--	Sin equivalencia
30	Gestión de Empresas de Hospedaje	12303	Gestión de Establecimientos de Hospedaje
31	Integrated Marketing Communication for Tourism Businesses	--	Sin equivalencia
32	Administración Estratégica	12292	Administración Estratégica
33	Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	12298	Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas
34	Dirección y Organización de Eventos	12297	Dirección y Organización de Eventos
35	Producto Turístico	--	Sin equivalencia
36	Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad	12302	Desarrollo Sustentable
37	Finanzas Aplicadas al Turismo	12301	Planeación Financiera
38	Digital Marketing for Tourism Companies	21478	Mercadotecnia Digital para Empresas Tuísticas
39	Comercialización para el Sector Turístico	--	Sin equivalencia
40	Dirección Estratégica en el Turismo	12319	Dirección
	<i>Etapa Terminal Obligatoria</i>		

Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2022-1	Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2009-2
41	Desarrollo de Emprendedores	11755	Emprendedores
42	Revenue Management para Empresas Turísticas	--	Sin equivalencia
43	Seminario de Innovación en el Turismo	--	Sin equivalencia
44	Gestión de la Calidad en Turismo	--	Sin equivalencia
<i>Etapá Básica Optativa</i>			
46	Ecoturismo	12302	Desarrollo Sustentable
47	Diseño Gráfico	--	Sin equivalencia
48	Economía Turística	11734	Entorno Socioeconómico de México
49	Estadística Aplicada al Turismo	12306	Estadística Aplicada al Turismo
<i>Etapá Disciplinaria Optativa</i>			
50	Técnicas Básicas Gastronómicas	12326	Diseño y planeación de Menú
51	Relaciones Públicas	12315	Relaciones Públicas
52	Geografía del Turismo Mundial	12289	Geografía Turística Universal
53	Técnicas de Negociación	--	Sin equivalencia
54	Global Sustainable Tourism Management	22409	Manejo Integral para un Turismo Sustentable
55	Health Tourism Marketing	--	Sin equivalencia
56	Gestión Pública del Turismo	--	Sin equivalencia
<i>Etapá Terminal Optativa</i>			
57	Personal Branding	--	Sin equivalencia
58	Maître de Restaurant	--	Sin equivalencia
59	Turismo de Reuniones	21404	Turismo de Reuniones
60	Empresas de Gestión de Destino	--	Sin equivalencia
61	Gestión de Economías Compartidas en Turismo	--	Sin equivalencia
62	Logística y Transporte para Turoperadores	--	Sin equivalencia
63	Formulación de Proyectos de Inversión Turísticos	12306	Proyectos de Inversión Turística
64	Diagnóstico y Consultoría en Hospitalidad	--	Sin equivalencia
65	Diseño de Menú para Bares y Restaurantes	--	Sin equivalencia
66	Gestión de la Animación Turística	--	Sin equivalencia

Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2022-1	Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2009-2
67	Desarrollo de Producto Turístico Rural	--	Sin equivalencia

6. Plan de estudios de Técnico Superior Universitario

6.1. Perfil de egreso

El egresado del programa educativo de Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo aplica conocimientos básicos de administración, gestión turística, hospitalidad y servicios turísticos.

El Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo será competente para:

- Colaborar en empresas, servicios y productos que integran la industria de la hospitalidad, para asegurar la experiencia y satisfacción de los diversos perfiles de clientes, generando una cultura y espíritu de servicio, protocolos de servicio e indicadores de calidad que permitan la adaptabilidad, solución de problemas con inteligencia emocional, creatividad, empatía y tolerancia.
- Operar productos y servicios turísticos especializados en hospitalidad, a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística colaborando en la preservación del patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.

6.2. Campo profesional

Los egresados del programa educativo Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo podrá desempeñarse en los sectores públicos y privados:

Sector público:

- Organismos de promoción turística
- Organismos de fomento al turismo
- Dependencias de desarrollo turístico

Sector privado:

- Cámaras y asociaciones turísticas
- Restaurantes y bares
- Empresas de hospedaje
- Organización de eventos.
- Intermediarios turísticos.

Como técnico superior universitario independiente:

- Promotor

6.3. Características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.
 Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana
Programa educativo: Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo
Grado académico: Técnico Superior Universitario
Plan de estudio:

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ***
<i>Etapa Básica Obligatoria</i>								
1	Inglés I	1	-	3	-	1	5	
2	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	1	-	3	-	1	5	
3	Habilidades de Redacción y Comunicación	1	-	3	-	1	5	
4	Herramientas Digitales	1	-	4	-	1	6	
5	Introducción a la Administración	2	-	2	-	2	6	
6	Fundamentos de Economía	2	-	2	-	2	6	
7	Matemáticas	2	-	2	-	2	6	
8	Inglés II	1	-	3	-	1	5	1
9	Estadística	1	-	3	-	1	5	
10	Introducción a la Mercadotecnia	2	-	2	-	2	6	
11	Fundamentos del Turismo en los Negocios	2	-	2	-	2	6	
12	Introducción a la Contabilidad	2	-	3	-	2	7	
13	Introducción a la Inteligencia de Negocios	2	-	2	-	2	6	
14	Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	1	-	3	-	1	5	
15	Specialized English in Tourism	2	-	2	1	2	7	
16	Patrimonio Nacional y Turismo	2	-	-	3	2	7	
17	Gestión del Capital Humano	1	-	3	-	1	5	
18	Análisis de la Estructura Turística	2	-	-	3	2	7	
19	Hospitalidad	2	-	-	3	2	7	
20	Fundamentos de Metodología de Investigación	2	-	2	-	2	6	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
	Optativa						Vr	
<i>Etapa Disciplinaria Obligatoria</i>								
21	International Trends in Tourism	2	-	2	-	2	6	
22	Normatividad Turística	1	-	3	-	1	5	
23	Operación de Servicios de Hospedaje	2	1	-	2	2	7	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ***
24	Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico	1	-	3	-	1	5	
25	Servicios de Viaje e Intermediación Turística	2	1	-	2	2	7	
26	Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	2	-	-	3	2	7	
27	Logística y Operación de Eventos	2	-	-	3	2	7	
	Optativa						Vr	
<i>Etapa Básica Optativa</i>								
46	Ecoturismo	2	-	1	2	2	7	
47	Diseño Gráfico	1	3	-	-	1	5	
48	Economía Turística	2	-	2	-	2	6	
49	Estadística Aplicada al Turismo	2	-	2	-	2	6	
<i>Etapa Disciplinaria Optativa</i>								
50	Técnicas Básicas Gastronómicas	2	-	2	-	2	6	
51	Relaciones Públicas	2	-	1	1	2	6	
53	Técnicas de Negociación	2	-	2	-	2	6	

*No es la clave oficial, es una numeración consecutiva asignada para el control, orden y organización de las asignaturas. Cuando el plan de estudios se apruebe por el H. Consejo Universitario, se procede al registro oficial en el Sistema Integral de Planes de Estudio y de Autoevaluación (SIPPEA) y se le asigna la clave.

**Estas unidades de aprendizaje pueden impartirse en inglés de acuerdo a las condiciones de la unidad académica. El programa de unidad de aprendizaje se diseñó en español e inglés. Esto atiende a las políticas institucionales sobre la promoción de una segunda lengua, principalmente el inglés.

*** Nomenclatura:

HC: Horas Clase

HL: Horas Laboratorio

HT: Horas Taller

HPC: Horas Prácticas de Campo

HE: Horas Extra clase

CR: Créditos

RQ: Requisitos

VR: Variable

6.4. Características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.
 Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana
Programa educativo: Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo
Grado académico: Técnico Superior Universitario
Plan de estudio:

Área de conocimiento: Formación Integral								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
1	Inglés I	1	-	3	-	1	5	
2	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	1	-	3	-	1	5	
3	Habilidades de Redacción y Comunicación	1	-	3	-	1	5	
8	Inglés II	1	-	3	-	1	5	1
14	Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	1	-	3	-	1	5	
20	Fundamentos de Metodología de Investigación	2	-	2	-	2	6	
<i>Unidades de Aprendizaje Optativas</i>								
47	Diseño Gráfico	1	-	3	-	1	5	

Área de conocimiento: Mercadotecnia								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
4	Herramientas Digitales	1	-	4	-	1	6	
10	Introducción a la Mercadotecnia	2	-	2	-	2	6	
24	Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico	1	-	3	-	1	5	
<i>Unidades de Aprendizaje Optativas</i>								
51	Relaciones Públicas	2	-	1	1	2	6	
53	Técnicas de Negociación	2	-	2	-	2	6	

Área de conocimiento: Administración								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
5	Introducción a la Administración	2	-	2	-	2	6	
13	Introducción a la Inteligencia de Negocios	2	-	2	-	2	6	

Área de conocimiento: Administración

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
17	Gestión del Capital Humano	1	-	3	-	1	5	

Área de conocimiento: Finanzas

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
7	Matemáticas	2	-	2	-	2	6	
9	Estadística	1	-	3	-	1	5	
12	Introducción a la Contabilidad	2	-	3	-	2	7	

Área de conocimiento: Gestión Turística

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
6	Fundamentos de Economía	2	-	2	-	2	6	
11	Fundamentos del Turismo en los Negocios	2	-	2	-	2	6	
15	Specialized English in Tourism	2	-	2	1	2	7	
16	Patrimonio Nacional y Turismo	2	-	-	3	2	7	
18	Análisis de la Estructura Turística	2	-	-	3	2	7	
19	Hospitalidad	2	-	-	3	2	7	
23	Operación de Servicios de Hospedaje	2	1	-	2	2	7	
25	Servicios de Viaje e Intermediación Turística	2	1	-	2	2	7	
26	Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	2	-	-	3	2	7	
27	Logística y Operación de Eventos	2	-	-	3	2	7	
Unidades de Aprendizaje Optativas								
46	Ecoturismo	2	-	1	2	2	7	
48	Economía Turística	2	-	2	-	2	6	
49	Estadística Aplicada al Turismo	2	-	2	-	2	6	
50	Técnicas Básicas Gastronómicas	2	-	2	-	2	6	

Área de conocimiento: Innovación

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
21	International Trends in Tourism	2	-	2	-	2	6	

Área de conocimiento: Calidad

	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
22	Normatividad Turística	1	-	3	-	1	5	

6.5. Mapa Curricular de Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo

Etapa Básica					Etapa Disciplinaria				
Tronco Común									
I		II			III			IV	
Inglés I					Inglés II				
HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR
1	-	3	-	5	1	-	3	-	5
Desarrollo de Habilidades Socioemocionales					Estadística				
HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR
1	-	3	-	5	1	-	3	-	5
Habilidades de Redacción y Comunicación					Introducción a la Mercadotecnia				
HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR
1	-	3	-	5	2	-	2	-	6
Herramientas Digitales					Fundamentos del Turismo en los Negocios				
HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR
1	-	4	-	6	2	-	2	-	6
Introducción a la Administración					Introducción a la Contabilidad				
HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR
2	-	2	-	6	2	-	3	-	7
Fundamentos de Economía					Introducción a la Inteligencia de Negocios				
HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR
2	-	2	-	6	2	-	2	-	6
Matemáticas					Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social				
HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR
2	-	2	-	6	1	-	3	-	5
					Optativa				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					-	-	-	-	Vr
					Optativa				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					-	-	-	-	Vr
					Specialized English in Tourism				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					2	-	2	1	7
					Patrimonio Nacional y Turismo				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					2	-	-	3	7
					Gestión del Capital Humano				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					1		3		5
					Análisis de la Estructura Turística				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					2	-	-	3	7
					Hospitalidad				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					2	-	-	3	7
					Operación de Servicios de Hospedaje				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					2	1	--	2	7
					Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					1	--	3	--	5
					Servicios de Viaje e Intermediación Turística				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					2	1	--	2	7
					Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					2	--	--	3	7
					Logística y Operación de Eventos				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					2	--	--	3	7
					Optativa				
					HC	HL	HT	HPC	CR
					-	-	-	-	Vr

Gestión Turística

Finanzas

Innovación

ÁREAS DE CONOCIMIENTO

Formación Integral

Administración

Calidad

— Seriación obligatoria

— — — Seriación recomendada

6.6. Descripción cuantitativa del plan de estudios

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.
Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana

Programa educativo: Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo

Grado académico: Técnico Superior Universitario

Plan de estudio:

Distribución de créditos por etapa de formación

Etapa	Obligatorios	Optativos	Total	Porcentajes
Básica	118	12	130	72.22%
Disciplinaria	44	6	50	27.78%
Total	162	18	180	100%
Porcentajes	90 %	10%	100%	

Distribución de créditos obligatorios por área de conocimiento

Área	Básica	Disciplinaria	Total	%
Formación Integral	31	--	31	19.14%
Mercadotecnia	12	5	17	10.49%
Administración	17	--	17	10.49%
Finanzas	18	--	18	11.11%
Gestión Turística	40	28	68	41.98%
Innovación	--	6	6	3.70%
Calidad	--	5	5	3.09%
Total	118	44	162	100%
Porcentajes	72.84%	27.16%	100%	

Distribución de unidades de aprendizaje por etapas de formación

Etapa	Obligatorias	Optativas	Total
Básica	20	2	22
Disciplinaria	7	1	8
Total	27	3*	30

*Para promover flexibilidad y brindar opciones de formación a los estudiantes, se integran en esta propuesta 7 unidades de aprendizaje optativas.

6.7. Tipología de las unidades de aprendizaje

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali.
Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana

Programa educativo: Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo

Grado académico: Técnico Superior Universitario

Plan de estudio:

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
<i>Etapa Básica Obligatoria</i>			
1	Inglés I	3	
	Taller de Inglés I	2	
2	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	3	
	Taller de Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	2	
3	Habilidades de Redacción y Comunicación	3	
	Taller de Habilidades de Redacción y Comunicación	2	
4	Herramientas Digitales	3	
	Taller de Herramientas Digitales	2	
5	Introducción a la Administración	3	
	Taller de Introducción a la Administración	2	
6	Fundamentos de Economía	3	
	Taller de Fundamentos de Economía	2	
7	Matemáticas	3	
	Taller de Matemáticas	2	
8	Inglés II	3	
	Taller de Inglés II	2	
9	Estadística	3	
	Taller de Estadística	2	
10	Introducción a la Mercadotecnia	3	
	Taller de Introducción a la Mercadotecnia	2	
11	Fundamentos del Turismo en los Negocios	3	
	Taller de Fundamentos del Turismo en los Negocios	2	
12	Introducción a la Contabilidad	3	
	Taller de Introducción a la Contabilidad	2	
13	Introducción a la Inteligencia de Negocios	3	
	Taller de Introducción a la Inteligencia de Negocios	2	
14	Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	3	
	Taller de Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social	2	
15	Specialized English in Tourism	3	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Taller de Specialized English in Tourism	2	
	Práctica de Campo de Specialized English in Tourism	1	
16	Patrimonio Nacional y Turismo	3	
	Práctica de Campo de Patrimonio Nacional y Turismo	1	
17	Gestión del Capital Humano	3	
	Taller de Gestión del Capital Humano	2	
18	Análisis de la Estructura Turística	3	
	Práctica de Campo de Análisis de la Estructura Turística	1	
19	Hospitalidad	3	
	Práctica de Campo de Hospitalidad	1	
20	Fundamentos de Metodología de Investigación	3	
	Taller de Fundamentos de Metodología de Investigación	2	
<i>Etapa Disciplinaria Obligatoria</i>			
21	International Trends in Tourism	3	
	Taller de International Trends in Tourism	2	
22	Normatividad Turística	3	
	Taller de Normatividad Turística	2	
23	Operación de Servicios de Hospedaje	3	
	Laboratorio de Operación de Servicios de Hospedaje	2	
	Práctica de Campo de Operación de Servicios de Hospedaje	1	
24	Segmentación y Estrategias de Venta para el Mercado Turístico	3	
	Taller de Segmentación y Estrategias de Venta para el Mercado Turístico	2	
25	Servicios de Viaje e Intermediación Turística	3	
	Laboratorio de Servicios de Viaje e Intermediación Turística	2	
	Práctica de Campo de Servicios de Viaje e Intermediación Turística	1	
26	Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	3	
	Práctica de Campo de Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	1	
27	Logística y Operación de Eventos	3	
	Práctica de Campo de Logística y Operación de Eventos	1	
<i>Etapa Básica Optativa</i>			
46	Ecoturismo	3	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Taller de Ecoturismo	2	
	Práctica de Campo de Ecoturismo	1	
47	Diseño Gráfico	3	
	Laboratorio de Diseño Gráfico	2	
48	Economía Turística	3	
	Taller de Economía Turística	2	
49	Estadística Aplicada al Turismo	3	
	Taller de Estadística Aplicada al Turismo	2	
	<i>Etapa Disciplinaria Optativa</i>		
50	Técnicas Básicas Gastronómicas	3	
	Taller de Técnicas Básicas Gastronómicas	2	
51	Relaciones Públicas	3	
	Taller de Relaciones Públicas	2	
	Práctica de Campo de Relaciones Públicas	1	
53	Técnicas de Negociación	3	
	Taller de Técnicas de Negociación	2	

7. Descripción del sistema de evaluación

Para el buen funcionamiento de la estructura curricular propuesta, se debe contar con un sistema de evaluación que permita detectar problemas e implementar acciones correctivas. La evaluación del plan de estudios está ligada a todos los elementos que hacen posible que la unidad académica funcione correctamente, abarcando las tareas y actividades desarrolladas en su interior, sin olvidar las relaciones con la sociedad.

7.1. Evaluación del plan de estudios

De acuerdo con la normatividad institucional, la unidad académica llevará a cabo procesos de evaluación permanente y sistematizada que permita establecer acciones con el fin de mejorar el currículo y con ello incidir en la calidad educativa. Brovelli (2001) señala que el objeto a ser evaluado, en el marco de la evaluación curricular, se enmarca en dos aspectos complementarios:

1. Evaluación del diseño curricular como documento, concebido como norma.
2. Evaluación del currículum real o implementado, concebido como práctica.

En el programa educativo de Licenciado en Gestión Turística, se realizará una evaluación de seguimiento después de dos años de su operación, con el propósito de valorar su instrumentación y hacer los ajustes que se consideren pertinentes. Este proceso estará sujeto a la valoración de plan de estudios, actividades para la formación integral, trayectoria escolar, personal académico, infraestructura, vinculación y extensión, y servicios y programas de apoyo, de acuerdo con la normatividad institucional vigente.

Después de dos años de egreso de la primera generación del plan de estudios, se realizará la evaluación externa e interna del programa educativo con el propósito de valorar su impacto de acuerdo a los planteamientos de la normatividad vigente de la UABC. El propósito es tomar las decisiones que conlleven a la actualización o modificación del programa educativo. En ambos procesos, las unidades académicas deberán realizar un reporte formal que documente los resultados.

7.2. Evaluación del aprendizaje

De acuerdo con el Estatuto Escolar (UABC, 2018), la evaluación de los procesos de aprendizaje tiene por objeto: (1) que las autoridades universitarias, los académicos y alumnos dispongan de la información adecuada para evaluar los resultados del proceso educativo y propiciar su mejora continua; (2) que los alumnos conozcan el grado de aprovechamiento académico que han alcanzado y, en su caso, obtengan la promoción y estímulo correspondiente; y (3) evidenciar las competencias adquiridas durante el proceso de aprendizaje.

La evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje demanda una estructura colegiada, operativa, normada, permanente y formal (UABC, 2010), sus acciones están dirigidas principalmente a la:

- a. Definición, revisión y actualización de competencias por lograr y de los criterios académicos para la evaluación y seguimiento del desempeño del alumno.
- b. Toma de decisiones para eliminar las diferencias, siempre y cuando no se inhíba la creatividad, la originalidad, la libre cátedra y el liderazgo académico, y modificar la dinámica de la relación alumno profesor.

Con el fin de disponer de información adecuada para evaluar los resultados del proceso educativo y propiciar su mejora, se realiza la evaluación del aprendizaje considerando el Estatuto Escolar vigente de la UABC, en donde se describe el objeto de evaluación y la escala de calificaciones, los tipos de exámenes, las evaluaciones institucionales, los procedimientos y formalidades de la evaluación, la revisión de los exámenes y la asistencia a clases. Así, la evaluación:

1. Estará centrada en el estudiante para el ejercicio de competencias en su profesión, de acuerdo con el perfil de egreso en el campo profesional del Licenciado en Gestión Turística.
2. Se basará en conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes, valores desarrollados por el estudiante y demostrados en su desempeño como competencias.

La evaluación en las unidades de aprendizaje se realizará en diferentes momentos del periodo escolar de acuerdo a sus características propias. La evaluación docente

institucional cobra importancia en este proceso porque sus resultados permitirán recomendar a los académicos a tomar cursos de actualización docente que incidan en su proceso de enseñanza - aprendizaje, donde se verán favorecidos los estudiantes. Es importante precisar que, en caso de ser necesario, se cuenta con las condiciones y el personal para realizar cursos de nivelación de estudiantes en cada etapa del proceso formativo.

7.3. Evaluación colegiada del aprendizaje

Las evaluaciones colegiadas se apegarán a las descripciones de evaluaciones institucionales definidas en el Estatuto Escolar vigente, mismas que permiten constatar el cumplimiento de las competencias profesionales y específicas planteadas en el plan de estudios, para ello, las evaluaciones se referirán a las competencias de (a) una unidad de aprendizaje, (b) un conjunto de unidades de aprendizaje, (c) la etapa de formación Básica, Disciplinaria o Terminal, (d) o de egreso, y se integrarán con criterios de desempeño que describan el resultado que deberá obtener el alumno y las características con que lo realizará, así como las circunstancias y el ámbito que permitan verificar si el desempeño es el correcto.

Las evaluaciones colegiadas se instrumentarán desde el interior de la Universidad, o externamente cuando se opte por evaluaciones expresamente elaboradas por entidades externas especializadas. Los resultados de la evaluación permitirán detectar los obstáculos y dificultades de aprendizaje, para reorientar permanentemente la actividad hacia el dominio de competencias.

La evaluación colegiada del aprendizaje es la estrategia fundamental para evaluar integralmente el éxito de la implementación del programa educativo. Representa un esfuerzo institucional renovado y perfectible constantemente en aras de alcanzar estándares de calidad a nivel internacional en la impartición de los procesos de enseñanza – aprendizaje. Son evaluaciones colegiadas del aprendizaje:

- a. Los exámenes departamentales,
- b. Los exámenes de trayecto,
- c. Los exámenes de egreso,
- d. Los exámenes que las unidades académicas determinen pertinentes para el logro

de los propósitos enunciados en este apartado.

Exámenes departamentales

Normativamente, los exámenes departamentales tienen como propósito:

- a. Conocer el grado de dominio que el alumno ha obtenido sobre la unidad de aprendizaje que cursa en relación a las competencias que en dicho curso deben lograrse.
- b. Verificar el grado de avance del programa de la unidad de aprendizaje de conformidad a lo establecido en el Estatuto Escolar.
- c. Conocer el grado de homogeneidad de los aprendizajes logrados por los alumnos de la misma unidad de aprendizaje que recibieron el curso con distintos profesores.

En una descripción más específica, las evaluaciones departamentales son instrumentos de referencia criterial mediante los cuales, el estudiante demuestra lo que sabe hacer, por lo que, en primera instancia, da cuentas del desempeño del estudiante respecto a un conjunto de competencias asociadas a una unidad de aprendizaje. Un examen departamental desarrollado de manera colegiada permite: (1) comprender el valor de un programa de aprendizaje pues, al ser alineado al currículo, detecta áreas de oportunidad del mismo; (2) homogeneizar la operación del currículum en el aula; (3) detectar unidades y temas más problemáticos para los estudiantes; entre otros. Aún más, los resultados desembocan en el planteamiento de estrategias de enseñanza-aprendizaje y toma de decisiones que permitan mejorar la calidad de la unidad de aprendizaje y el programa educativo. Cuando las unidades académicas así lo determinen conveniente, los exámenes departamentales podrán elaborarse como exámenes parciales o totales; y se valorará si el resultado de la evaluación departamental incidirá en la calificación del alumno.

Examen de egreso

El examen de egreso tiene como propósito (1) conocer el grado de dominio que el alumno ha obtenido al concluir sus estudios en relación a las competencias profesionales

enunciadas en el plan de estudios y (2) verificar el grado de avance, pertinencia y actualidad del conjunto de programas de unidades de aprendizaje que comprenden el Plan de Estudios.

Presentar el examen de egreso es un requisito, y se recurrirá preferentemente al Examen General de Egreso de Licenciatura (EGEL) del Centro Nacional de Evaluación A.C. (CENEVAL) que corresponda al programa educativo, y las Unidades Académicas establecerán un procedimiento que determinará los criterios de elegibilidad, registro y demás que sean necesarios. Los resultados de esta evaluación orientarán a las unidades académicas en la toma de decisiones para mantener o mejorar la pertinencia, organización y operación del plan de estudios en su conjunto.

8. Revisión externa



Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero No. 818 sur
Teléfono (644) 410-09-00 Apdo. 335
C.P. 85000 Ciudad Obregón, Sonora, México.
www.itson.mx

Guaymas, Sonora; a 28 de Junio del 2021.


Dr. Raúl González Núñez
Facultad de Ciencias Administrativas
Universidad Autónoma de Baja California
Director.

Por este conducto reciba un cordial saludo, y aprovecho para hacer llegar mis comentarios y recomendaciones a la **propuesta de actualización del Plan de Estudios del programa educativo de Licenciatura en Gestión Turística.**

El documento consiste en una serie de recomendaciones a las diferentes Unidades de Aprendizaje, donde se recomienda agregar temas que desde mi experiencia, considero que pudieran fortalecer la propuesta de actualización del plan de estudios antes mencionado.

Sin más por el momento, quedo de usted para cualquier duda y/o comentario.

Atentamente,


Dr. Oscar Ernesto Hernández Ponce
Profesor Investigador del ITSON Guaymas
Programa educativo de Lic. en Administración de Empresas Turísticas.

C.p.p. Archivo.



Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero No. 818 sur
Teléfono (644) 410-09-00 Apdo. 335
C.P. 85000 Ciudad Obregón, Sonora, México.
www.itson.mx

COMENTARIO GENERAL.

La propuesta de actualización del Plan de Estudios del programa educativo de Licenciatura en Gestión Turística, la veo muy completa. El mapa curricular, está bien diseñado y estoy convencido que es pertinente al mercado actual y al perfil de egreso.

Considero pertinente que se haga una valoración en agregar temas de seguridad, salud y pandemias, como impacto al sector turismo, caso Covid 19. Ya que la experiencia actual, puede servir para la construcción de estrategias para mitigar el impacto negativo.

RECOMENDACIONES.

Las siguientes recomendaciones, se hacen específicamente a algunas Unidades de Aprendizaje.

Unidad de aprendizaje: Herramientas digitales.

Recomendación:

En la Unidad II. Herramientas de presentación de proyectos e investigación, en el punto 2.5. Se recomienda agregar el punto 2.5.5. Análisis en bases de datos SCOPUS, JCR y latindex.

Unidad de aprendizaje: Introducción a la Administración.

Recomendación:

En la Unidad I. Generalidades de la Administración, específicamente en el punto 1.3. La empresa y su medio ambiente. Se recomienda que se considere el tema de la Responsabilidad Social Empresarial.

En la Unidad II. Principales escuelas del pensamiento administrativo, se recomienda agregar la teoría de los recursos.

Unidad de aprendizaje: Fundamentos de economía.

Recomendación:

En la Unidad I. Introducción a la economía, en el punto 1.9 Nuevas teoría, agregar la teoría de la competitividad sistémica.



Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero No. 818 sur
Teléfono (644) 410-09-00 Apdo. 335
C.P. 85000 Ciudad Obregón, Sonora, México.
www.itson.mx

Unidad de aprendizaje: Fundamentos del turismo en los negocios.

Recomendación:

En la Unidad V. Oportunidades de negocios del turismo, agregar el tema de Productos Turísticos Integrales en los negocios.

Unidad de aprendizaje: Patrimonio

Recomendación:

En la Unidad I. Conceptualización y criterios para designar sitios como patrimonio, agregar "La importancia de los distintivos para valorar el patrimonio cultural en turismo".

Unidad de aprendizaje: Hospitalidad

Recomendación:

Agregar la introducción sobre los protocolos de seguridad en la hospitalidad.

Unidad de aprendizaje: Fundamentos de Metodología de Investigación.

Recomendación:

Aunque se tiene una Unidad de Aprendizaje donde se ver el tema de las estadística aplicada al turismo, se recomienda agregar una tema de introducción de la estadística en las Ciencias Sociales y Administrativas.

Unidad de aprendizaje: Internacional Trends in Tourism.

Recomendación:

Agregar el tema sobre la conceptualización de la Innovación y tipos de innovación como tema introductorio.

Unidad de aprendizaje: Segmentación y estrategias de venta para el mercado turístico

Recomendación:

En la Unidad IV. Estrategias de venta, agregar el tema de la comercialización electrónica (e-commerce)



Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero No. 818 sur
Teléfono (644) 410-09-00 Apdo. 335
C.P. 85000 Ciudad Obregón, Sonora, México.
www.itson.mx

Unidad de aprendizaje: Administración Estratégica

Recomendación:

Agregar el tema: Alianzas Estratégicas en los modelos administrativos.

Unidad de aprendizaje: Productos turísticos.

Recomendación:

En la Unidad III. Segmentación y comercialización de productos turísticos, en el punto 3.2. Comercialización agregar los temas: Alianzas estratégicas como estrategia de comercialización, el comercio electrónico. Además, en algún apartado, sería pertinente agregar el tema: Satisfacción del cliente y su medición.

Unidad de aprendizaje: Sistema de gestión de la sustentabilidad, Sistema de gestión y/o Global Sustainable Tourism Managment

Recomendación:

Se recomienda que se analice en cuál de las unidades de aprendizaje antes mencionadas, se pueda agregar el tema: "La Ecología de la Recreación (Capacidad de carga turística ambiental, el modelo de Límite de Cambio Aceptable y el modelo de la Experiencia del Visitante).

Unidad de aprendizaje: Animación turística.

Recomendación:

Agregar el tema: Animación Sociocultural. (Modelo Francés, Mexicano, etc.).

Cuerpo Académico 31 Estudios sobre Turismo y Tiempo Libre



UACJ
UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
CIUDAD JUÁREZ

Ciudad Juárez, Chih., a 29 agosto de 2021.

A quien corresponda P r e s e n t e.-

En atención a la solicitud de la institución hermana, se llevó a cabo la revisión del documento Propuesta de modificación del plan de estudios 2009-2 del programa educativo Licenciado en Gestión Turística e incorporación del programa de Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo, para la Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali y Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana, para los cuales se hace llegar el *Dictamen Correspondiente*.

En este sentido la Universidad Autónoma de Baja California, tiene como meta el formar profesionistas integrales en la disciplina del turismo, con una habilitación competente enfocado a satisfacer las necesidades del ámbito público, privado, y social, en una la dinámica glocal, con un programa educativo acreditado y en constante actualización.

En su perfil de egreso del Licenciado en Gestión Turística es un profesionista con una formación sólida que aplica los conocimientos científicos, tecnológicos de administración, finanzas, innovación, mercadotecnia, calidad y gestión turística para solucionar problemáticas de su propia disciplina. Será competente para:

1. Dirigir organizaciones turísticas públicas y privadas a través de la gestión eficiente de recursos, el análisis del entorno y el uso de plataformas digitales, softwares y herramientas especializadas, que permitan adaptarse a las tendencias globales y generar desarrollo con liderazgo y responsabilidad social.
2. Diseñar productos y servicios turísticos especializados a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística preservando el patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.
3. Desarrollar proyectos y actividades turísticas que permitan una mayor integración del sector turístico mediante la participación de las empresas y comunidades, buscando minimizar los impactos negativos del turismo y la puesta en valor del patrimonio en

Instituto de Ciencias Sociales y Administración
Av. Universidad y Heroico Colegio Militar S/N Zona Chamizal • Ciudad Juárez, Chih., México • Teléfono 688 38 00 Extensión 3683.
Correo electrónico tcuevas@uacj.mx

UACJ CUERPOS
ACADÉMICOS

Cuerpo Académico 31 Estudios sobre Turismo y Tiempo Libre



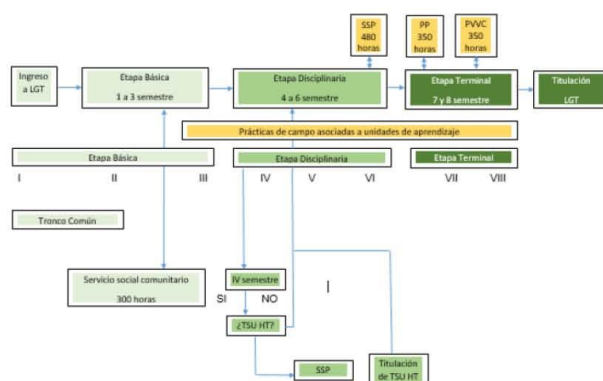
UACJ
UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
CIUDAD JUÁREZ

atención a recomendaciones de organismos nacionales e internacionales, con responsabilidad y honestidad.

4. Desarrollar una cultura de calidad en el servicio al cliente, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, a través de la aplicación y adaptación de estándares internacionales y nacionales vigentes, con apego a la normatividad y profesionalismo.

En este documento se revisó el plan de estudios modificado y actualizado de la Licenciado en Gestión Turística e incorporación del programa de Técnico Superior Universitario. Al considerar que la actividad del turismo es compleja y dinámica ante las situaciones globales que se van presentando. De manera que la disciplina requiere de una mirada en la gestión no solo de las empresas, sino del ámbito público y las agrupaciones de la sociedad civil. De forma tal que atienda el enfoque de los diversos servicios, como la incorporación de políticas públicas que permitan un entorno socioeconómico y viable sustentable para el país.

Figura 1. Trayecto formativo por el programa educativo de licenciatura y la ruta para la obtención del Técnico Superior Universitario.



Fuente: Propuesta de modificación del plan de estudios 2009-2 del programa educativo Licenciado en Gestión Turística e incorporación del programa de Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo, página, 81.

El Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo es un programa educativo integrado en el programa de licenciatura, en este sentido la pertinencia de una carrera técnica, ofrece la oportunidad del conocimiento adecuado para el inicio de las

Cuerpo Académico 31 Estudios sobre Turismo y Tiempo Libre



UACJ
UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
CIUDAD JUÁREZ

expectativas de los prestadores de servicios turísticos, como para quien desea incorporarse a la actividad lo antes posible, sin dejar la oportunidad de reiniciar su formación. Porque cuentan con la especialización requerida para ocuparse en la actividad e igualmente contribuir con la operación de la actividad cubriendo las necesidades y requerimientos del empleador. Al requerir 180 créditos, de los cuales 162 son obligatorios y 18 optativos, además debe cursar 28 asignaturas obligatorias y 3 asignaturas optativas. Y cumplir con: (1) realizar el servicio social comunitario y (2) acreditar el servicio social profesional (79).

La transversalidad del plan permite un adecuado equilibrio en las tres etapas de su configuración (Básica; Disciplinaria y Terminal). Al fragmentar en siete áreas: Formación Integral, Mercadotecnia, Administración, Finanzas, Gestión Turística, Innovación y Calidad. Al quedar en Básica el 38.92%, Disciplinaria con el 41.02%; y Terminal solo el 15.57% y el 4.49% enfocado a prácticas profesionales.

Tabla 1: Formación Integral, Mercadotecnia, Administración, Finanzas, Gestión Turística, Innovación, y Calidad

Área	Porcentaje	Comentarios
Formación Integral	12.50	Ninguno
Mercadotecnia	13.71	Ninguno
Administración	9.27	Breve diferenciación con las áreas afines.
Finanzas	13.31	Ninguno
Gestión Turística	35.48	Ninguno
Innovación	8.07	Ninguno
Calidad	7.66	Ninguno
	100	

Fuente: Propuesta de modificación del plan de estudios 2009-2 del programa educativo Licenciado en Gestión Turística e incorporación del programa de Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo, página, 94.

Nota. Si se consideran como un rubro administración, innovación y calidad, representan el 25%.

De manera que la incorporación de asignaturas impartidas en inglés otorga un enfoque práctico de la disciplina, en este sentido la planificación y la gestión es un reflejo de la intención del perfil de egreso. Luego entonces, los conceptos en las materias atienden el interés público y privado que permitan otorgar al estudiante una visión ordenada de las necesidades de desarrollo del turismo.

Cuerpo Académico 31 Estudios sobre Turismo y Tiempo Libre



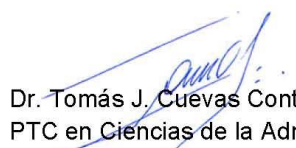
UACJ
UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
CIUDAD JUÁREZ

Se sugiere, fomentar la investigación, pues conlleva a una constante actualización y capacitación por parte del educando así como la asignatura de Relaciones Públicas que permite la reticularidad con los actores y el mejoramiento de la imagen del destino como corporativa. Asimismo, es deseable la revisión de las prácticas profesionales, ante la tendencia de involucrar a los estudiantes en el medio m profesional, y con ello se logra asegurar la calidad académica propuesta por la institución.

El egresado de la Licenciatura en Gestión Turística del programa de Técnico Superior Universitario del plan de estudios 2021, será competente bajo los principios éticos profesionales infundidos durante su formación, en el ámbito público, privado o como profesional independiente. Es decir, los profesionistas tendrán la formación académica necesaria para incursionar y ser competitivos en el mundo laboral. Con el examen de egreso se dará el grado de dominio que el alumno al concluir sus estudios en relación a las competencias profesionales enunciadas en el plan de estudios y se coteja el grado de avance, como de pertinencia de las unidades de aprendizaje que comprenden el Plan de Estudios, mediante el Examen General de Egreso de Licenciatura (EGEL) del Centro Nacional de Evaluación, A.C. (CENEVAL).

En conclusión, se considera que el plan de estudios 2021, de la Licenciado en Gestión Turística e incorporación del programa de Técnico Superior Universitario de la Universidad Autónoma de Baja California, cumple con el diseño formativo para el egresado,

Atentamente


Dr. Tomás J. Cuevas Contreras
PTC en Ciencias de la Administración
Líder del Cuerpo Académico 31
Estudios sobre Turismo y Tiempo libre

ccp. Archivo.

Instituto de Ciencias Sociales y Administración
Av. Universidad y Heroico Colegio Militar S/N Zona Chamizal • Ciudad Juárez, Chih., México • Teléfono 688 38 00 Extensión 3683.
Correo electrónico tcuevas@uacj.mx

UACJ CUERPOS
ACADÉMICOS

En la tabla 13 se integran observaciones de los pares externos relacionadas con el plan de estudios y la atención dentro de la propuesta de modificación curricular.

Tabla 13. *Atención de observaciones de pares externos.*

Observaciones	Resolución o justificación
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	
Se sugiere, fomentar la investigación, pues conlleva a una constante actualización y capacitación por parte del educando.	Las unidades de aprendizaje que fomentan la investigación es Fundamentos de Metodología de la Investigación, aunque adicionalmente hay una serie de contenidos en las siguientes asignaturas: Herramientas Digitales, Introducción a la Mercadotecnia, Análisis de la Estructura Turística, entre otras.
La asignatura de Relaciones Públicas que permite la reticularidad con los actores y el mejoramiento de la imagen del destino como corporativa.	Es un contenido que se aborda a través de la unidad de aprendizaje optativa Relaciones Públicas y se fortalece en la asignatura Dirección y Organización de Eventos.
Es deseable la revisión de las prácticas profesionales, ante la tendencia de involucrar a los estudiantes en el medio profesional, y con ello se logra asegurar la calidad académica propuesta por la institución.	El esquema de prácticas profesionales incluye la participación de los alumnos en distintas modalidades: asociadas a unidades de aprendizaje, servicio social profesional y la participación en Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos que incluyen la práctica profesional.
Instituto Tecnológico de Sonora	
Agregar temas de seguridad, salud y pandemias, como impacto al sector turismo, caso Covid 19. Ya que la experiencia actual, puede servir para la construcción de estrategias para mitigar el impacto negativo.	Los temas sugeridos se abordan en la unidad de aprendizaje optativa Health Tourism Marketing.
Unidad de aprendizaje: Herramientas digitales. Recomendación: En la Unidad II. Herramientas de presentación de proyectos e investigación, en el punto 2.5. Se recomienda agregar el punto 2.5.5. Análisis en bases de datos SCOPUS, JCR y Latindex.	Las bases de datos sugeridas se abordan en las siguientes unidades de aprendizaje: Habilidades de Redacción y Comunicación, Herramientas Digitales y Economía Turística.
Unidad de aprendizaje: Introducción a la Administración. Recomendación: En la Unidad I. Generalidades de la Administración, específicamente en el punto 1.3. La empresa y su medio ambiente. Se recomienda que se considere el tema de la Responsabilidad Social Empresarial. En la Unidad II. Principales escuelas del pensamiento administrativo, se recomienda agregar la Teoría de los recursos.	La responsabilidad social empresarial se incluye como contenido en la unidad de aprendizaje Dirección Estratégica en el Turismo; adicionalmente en la asignatura Ética, Derechos Humanos y responsabilidad Social se incluye contenido en la bibliografía básica sobre la responsabilidad social de las empresas y de manera general esta temática permea de manera general en las unidades de aprendizaje.

Observaciones	Resolución o justificación
	Se atiende la observación, pero se añade contenido de la teoría de los recursos y capacidades en la asignatura Administración Estratégica puede incorporarse en la unidad de aprendizaje.
Unidad de aprendizaje: Fundamentos de Economía. Recomendación: En la Unidad I. Introducción a la economía, en el punto 1.9 Nuevas teorías, agregar la teoría de la competitividad sistémica.	La Teoría de la Competitividad Sistémica es un contenido considerado en el área económica, no se considera sujeto de estudio en la Gestión Turística.
Unidad de aprendizaje: Fundamentos del Turismo en los Negocios. Recomendación: En la Unidad V. Oportunidades de negocios del turismo, agregar el tema de Productos Turísticos Integrales en los negocios.	Los temas relacionados a producto Turístico se abordan con profundidad en la unidad de aprendizaje del mismo nombre, además aparecen en la de Empresas de Gestión de Destino, particularmente en la unidad IV (Diseño en integración de producto turístico).
Unidad de aprendizaje: Patrimonio Recomendación: En la Unidad I. Conceptualización y criterios para designar sitios como patrimonio, agregar "La importancia de los distintivos para valorar el patrimonio cultural en turismo".	Los temas vinculados a distintivos se abordan en la unidad de aprendizaje Sistemas de Calidad en Turismo.
Unidad de aprendizaje: Fundamentos de Metodología de Investigación. Recomendación: Aunque se tiene una Unidad de Aprendizaje donde se ve el tema de la estadística aplicada al turismo, se recomienda agregar un tema de introducción de la estadística en las Ciencias Sociales y Administrativas.	Observación atendida, se adicionan los usos de la estadística en las Ciencias Sociales y Administrativas en la unidad I de la unidad de aprendizaje Estadística Aplicada al Turismo.
Unidad de aprendizaje: Segmentación y estrategias de venta para el mercado turístico Recomendación: En la Unidad IV. Estrategias de venta, agregar el tema de la comercialización electrónica (e-commerce)	El tema de comercialización electrónica se aborda en la unidad de aprendizaje Gestión de Empresas de Hospedaje y con mayor profundidad en Comercialización para el Sector Turístico.
Unidad de aprendizaje: Administración Estratégica Recomendación: Agregar el tema: Alianzas Estratégicas en los modelos administrativos.	Las alianzas estratégicas son algunas de las herramientas que se utilizan en la unidad de aprendizaje Dirección Estratégica en el Turismo.
Unidad de aprendizaje: Sistema de Gestión de la Sustentabilidad, Sistema de gestión y/o Global Sustainable Tourism Managment Recomendación: Se recomienda que se analice en cuál de las unidades de aprendizaje antes mencionadas, se pueda agregar el tema: La Ecología de la	En Análisis de la Estructura Turísticas se incluyen los temas vinculados a la ecología de la recreación. Adicionalmente la asignatura Ecoturismo en el apartado de prácticas de taller incluye simulaciones relacionadas a la capacidad de carga turística ambiental.

Observaciones	Resolución o justificación
Recreación (Capacidad de carga turística ambiental, el modelo de Límite de Cambio Aceptable y el modelo de la Experiencia del Visitante).	
Unidad de aprendizaje: Animación Turística. Recomendación: Agregar el tema: Animación Sociocultural. (Modelo Francés, Mexicano, etc.).	En la unidad de aprendizaje Animación Turística en los apartados de prácticas de taller se incluyen contenidos sobre los tipos de animación, recreación turística y animación sociocultural.
Unidad de aprendizaje: Hospitalidad Recomendación: Agregar la introducción sobre los protocolos de seguridad en la hospitalidad.	En la unidad de aprendizaje Operación de Servicios de Hospedaje en la unidad III Normatividad, se incluyen los contenidos sobre los protocolos de seguridad en la hospitalidad.
Unidad de aprendizaje: Productos Turísticos. Recomendación: En la Unidad III. Segmentación y comercialización de productos turísticos, en el punto 3.2. Comercialización agregar los temas: Alianzas estratégicas como estrategia de comercialización, el comercio electrónico. Además, en algún apartado, sería pertinente agregar el tema: Satisfacción del cliente y su medición.	En la unidad de aprendizaje Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico se considera la satisfacción del cliente y su medición, además de las alianzas comerciales. Comercio electrónico se considera dentro de la unidad de aprendizaje Comercialización para el Sector Turístico. Adicionalmente la unidad de aprendizaje de Sistemas de Calidad en Turismo incorpora las bases de la medición de la calidad a través de diversas certificaciones y distintivos.
Unidad de aprendizaje: Internacional Trends in Tourism. Recomendación: Agregar el tema sobre la conceptualización de la Innovación y tipos de innovación como tema introductorio.	Se atendió la observación al agregar el tema de innovación como introducción de la unidad de aprendizaje International Trends in Tourism.

9. Referencias

- Administración Portuaria Integral. (2018). *Informe anual 2018*.
<https://www.puertoensenada.com.mx/esps/0000696/informes-2018>
- Asociación Nacional de Universidad e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). (2007). Desempeño y Reconocimiento Laboral del Técnico con Elevada Formación Escolarizada. *Revista de la Educación Superior* 1(141), 7-12.
- Bekier-Jaworska, E. & Bochenek, M. (2014). Brand Products of Regional Cuisine in the Promotion of Tourism in Roztocze. *Journal Sport Tourism*, 21, 263-267.
<https://content.sciendo.com/downloadpdf/journals/pjst/21/4/article-p263.pdf>
- Bonilla, J. (2013). Nuevas Tendencias del Turismo y las Tecnologías de Información y las Comunicaciones. *Anuario Turismo y Sociedad*, 14, 33-45.
https://www.academia.edu/31787899/Nuevas_tendencias_del_turismo_y_las_tecnologias_de_informacion_y_las_comunicaciones
- Brovelli, M. (2001). Evaluación curricular. *Fundamentos en Humanidades Universidad Nacional de San Luis*, II (2), 101-122.
- Centro Metropolitano de Investigación Económica y Empresarial. (2018). *Informe anual 2018*.
https://www.puec.unam.mx/pdf/informes/informe_actividades_puec_2018_2019.pdf
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. (2018). *Informe de Biodiversidad Mexicana*.
<https://www.biodiversidad.gob.mx/publicaciones/publicaciones.php>
- Diario Oficial de la Federación (DOF). (2017). *Acuerdo Número 17/11/17 por el que se establecen los trámites y procedimientos relacionados con el reconocimiento de validez oficial de estudios del tipo superior*.
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5504348&fecha=13%2F11%2F2017

- Foro de Economía Mundial. (2017). *Informe de la brecha de género*.
<https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017>
- Instituto Mexicano para la Competitividad. (2019). *Índice de Competitividad Estatal 2018*.
<http://imco.org.mx/indices/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2018). *Reporte anual de población*.
<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/bc/poblacion/>.
- Királová, A. (2014). Nuevas tendencias en turismo: un reto para la modernización de la educación superior turística en la república checa. *Skyline Business Journal*, 10(1).
- Monitor Económico de Baja California (2019). *Concluyen obras en aeropuerto de Mexicali*. <http://monitoreconomico.org/noticias/2019/oct/17/concluyen-obras-en-aeropuerto-de-mexicali-inversion-de-231-mdp/>
- Niezgoda, A. y Markiewicz, E. (2014). Slow Tourism -- Idea, Uwarunkowania I Perspektywy Rozwoju, *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 1(46), 82-90.
- Organización de las Naciones Unidas para Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013). *Clasificación Internacional Normalizada de la Educación 2011*.
<http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-sp.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Panorama OMT del Turismo Internacional: Edición 2017*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2019). Higher Education in Mexico: Labour Market Relevance and Outcomes.
<https://doi.org/10.1787/9789264309432-en>
- Pearcy, D.H. y Lester, J. (2012). Aprovechar las tendencias emergentes del turismo: un examen exploratorio del sector del turismo de bienestar en Jamaica dentro de un marco de sistemas de innovación. *Revista internacional de ciencias empresariales, de marketing y de decisiones*, 5 (2), 121-137.
- Quesada, R. (2010). *Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividad* (2ª ed.). San José, Costa Rica: EUNED

- Ramos, A. y Fernández, G. (2013) La educación ambiental: un instrumento para el turismo sustentable. *Revista Hospitalida de São Paulo*, 10(2), 296–312. Recuperado de <https://www.revhosp.org>.
- Ruiz, E. (2009). Los técnicos superiores universitarios: Diferenciación educativa, estratificación social y segmentación del trabajo. *Revista mexicana de sociología*, 71(3), 557-584.
- Ruiz, E. (2007). Una aproximación a los sustentos de una política de reforma en la educación superior: El caso de las Universidades Tecnológicas. *Revista de la Educación Superior*, 36(144), 111–117.
- Seebaluck, N. (2015). Prospects And Challenges Of Business Tourism: A Case Of Mauritius. *Review of Business & Finance Studies*, 6(3), 45-55. <https://ideas.repec.org/a/ibf/rbfstu/v6y2015i3p45-55.html>
- Selin, Y. & Tolga, J. (2013). Current Trends Developing Urban Tourism. *Internal Journal of Architectural Research* 7(2), 297-310. https://www.researchgate.net/publication/289590100_Current_trends_in_developing_urban_tourism
- Sigala, F. (2013). Trends and issues in tourism and hospitality higher education: Visioning the future. *Tourism & Hospitality Research*, 4(4), 367-376. https://www.researchgate.net/publication/281041597_Trends_and_Issues_in_Tourism_and_Hospitality_Higher_Education_Visioning_the_Future
- Simon, T. & Vartolomei (2014). Premises for tourism development in the settlements of the middle sector of the Prut river (Botoșani and Iași counties), *Forum geografic*, 13(2), 249-258. <http://dx.doi.org/10.5775/fg.2067-4635.2014.199.d>
- Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México. (2018). *Compendio Estadístico del Turismo en México 2018. SECTUR*. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>
- Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México. (2019). *Informe anual 2019*. [https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-01\(ES\).pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-01(ES).pdf)

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (1982). Reglamento General de Exámenes Profesionales. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2004). *Reglamento de Prácticas Profesionales*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2007). *Reglamento de Servicio Social*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2010). *Guía Metodológica para la Creación, Modificación y Actualización de los Programas Educativos de la Universidad Autónoma de Baja California*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2012). *Manual de Tutorías*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2013). *Modelo educativo de la UABC*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2017). *Código de Ética de la Universidad Autónoma de Baja California*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2018). *Estatuto Escolar*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2018). *Manual de Funciones de la Facultad de Ciencias Administrativas*. Recuperado de <http://fca.mxl.uabc.mx/FCAMXL/Institucional/ManualdeFunciones.html>

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2018). *Metodología de los estudios de fundamentación para la creación, modificación y actualización de programas educativos de licenciatura*. http://www.uabc.mx/formacionbasica/documentos/metodologia_con_ficha.pdf

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2019). *Plan de Desarrollo de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia*.

[http://ftm.tij.uabc.mx/images/01NuestraFacultad/0108PDI20192023/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20FTYM%202019-2023%20\(DESCARGABLE\).pdf](http://ftm.tij.uabc.mx/images/01NuestraFacultad/0108PDI20192023/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20FTYM%202019-2023%20(DESCARGABLE).pdf)

Universidad Autónoma de Baja California (UABC). (2019). *Plan de Desarrollo Institucional 2019-2023*. http://www.uabc.mx/planeacion/pdi/2019-2023/PDI_2019-2023.pdf

Valkova, H. (2014). Tourism for All: Challenge for Persons with Disabilities. *Rozprawy Naukowe*, 46, 204–211.
<https://libcon.rec.uabc.mx:5471/login.aspx?direct=true&db=s3h&AN=99098087&lang=es&site=ehost-live>

9. Anexos

9.1. Anexo 1. Formatos metodológicos

FORMATO 1. PROBLEMÁTICAS Y COMPETENCIAS PROFESIONALES

Problemáticas	Competencia profesional	Ámbitos
El avance científico, tecnológico y las economías compartidas han modificado las formas de gestionar en las organizaciones turísticas.	1. Dirigir organizaciones turísticas públicas y privadas a través de la gestión eficiente de recursos, el análisis del entorno y el uso de plataformas digitales, softwares y herramientas especializadas, que permitan adaptarse a las tendencias globales y generar desarrollo, con liderazgo y responsabilidad social.	En el sector público o privado a nivel local, nacional e internacional.
El cambio del turismo masivo al hipersegmentado ha derivado cambios en los patrones de consumo turístico que demanda productos y servicios especializados como: de placer, de salud, negocios, cultural, deportivo, sostenible, ecoturismo, entre otros.	2. Diseñar productos y servicios turísticos especializados a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística preservando el patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.	En el sector público o privado a nivel local, nacional e internacional.
El crecimiento de la actividad turística en el mundo y la clasificación de BC como un destino de turismo emergente, orienta la necesidad de elaborar propuestas de valor que generen beneficios a las comunidades locales y contribuyan desde la perspectiva de innovación social, responsabilidad social e inclusión, hacia la búsqueda de soluciones a problemas reales.	3. Desarrollar proyectos y actividades turísticas que permitan una mayor integración del sector turístico mediante la participación de las empresas y comunidades, buscando minimizar los impactos negativos del turismo y la puesta en valor del patrimonio en atención a recomendaciones de organismos nacionales e internacionales, con responsabilidad y honestidad.	En el sector público, privado o social a nivel local, nacional e internacional.
Las formas actuales de hacer turismo y las características generacionales exigen su	4. Desarrollar una cultura de calidad en el servicio al cliente, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, a través de la aplicación y adaptación de	En el sector público o privado a nivel local, nacional e internacional.

Problemáticas	Competencia profesional	Ámbitos
<p>interrelación para generar experiencias turísticas caracterizadas por el servicio especializado, aunado a la demanda del mercado laboral que requiere profesionistas con habilidades blandas y de comunicación para mejorar la atención personalizada.</p>	<p>estándares internacionales y nacionales vigentes, con apego a la normatividad y profesionalismo.</p>	

FORMATO 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE INTEGRAN CADA COMPETENCIA PROFESIONAL

Competencia profesional	Competencias específicas
<p>1. Dirigir y crear organizaciones turísticas públicas y privadas a través de la gestión eficiente de recursos, el análisis del entorno, el uso de plataformas digitales, software y herramientas especializadas, que permitan adaptarse a las tendencias globales y generar desarrollo, con liderazgo, innovación y responsabilidad social.</p>	<p>1.1 Dirigir organizaciones turísticas mediante el diseño e implementación de planes estratégicos para optimizar la gestión, cumplimiento de objetivos, rentabilidad y comercialización en alojamiento, restauración, servicios de viaje, organización de eventos y demás empresas que formen parte de sector de la hospitalidad, con responsabilidad y profesionalismo.</p> <p>1.2 Gestionar eficientemente los recursos de empresas de alojamiento por medio de estrategias para generar el desarrollo y adaptación de las empresas dentro del mercado turístico global, con integridad y hospitalidad. Gestionar eficientemente los recursos de empresas de restauración por medio de estrategias para generar el desarrollo y adaptación de las empresas dentro del mercado turístico global, con integridad y hospitalidad.</p> <p>1.3 Seleccionar e implementar el uso de las herramientas digitales y software especializados en alojamiento, restauración, servicios de viaje, organización de eventos y comercialización de productos y servicios turísticos para adaptarse a las tendencias globales, generar indicadores y mantener la competitividad empresarial con veracidad y honestidad.</p> <p>1.4 Crear nuevos negocios vinculados a la hospitalidad de acuerdo con las tendencias tecnológicas y de mercado, a través de metodología de emprendimiento aplicable, para beneficio del desarrollo económico de la región, con innovación y responsabilidad social.</p>
<p>2. Diseñar productos y servicios turísticos especializados a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística preservando el patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.</p>	<p>2.1. Diseñar productos y servicios enfocados a los mercados actuales, potenciales y emergentes, utilizando la metodología aplicable, para atender las nuevas tendencias del mercado turístico, con respeto y responsabilidad por el patrimonio.</p> <p>2.2. Identificar las características de los segmentos de mercado, a través del análisis del comportamiento del consumidor, para atender las necesidades de la demanda y crear estrategias que fortalezcan el desarrollo del sector turístico, con creatividad y rigor metodológico.</p>

Competencia profesional	Competencias específicas
	<p>2.3. Comercializar productos y servicios, a través de los intermediarios turísticos tradicionales, digitales y de tendencias, para maximizar los beneficios de la empresa y satisfacer la demanda actual y emergente, con creatividad y ética profesional.</p>
<p>3. Desarrollar proyectos y actividades turísticas que permitan una mayor integración del sector turístico mediante la participación de las empresas y comunidades, buscando minimizar los impactos negativos del turismo y la puesta en valor del patrimonio en atención a recomendaciones de organismos nacionales e internacionales, con responsabilidad y honestidad.</p>	<p>3.1 Desarrollar sistemas de gestión, para disminuir los impactos negativos de la actividad turística, a través de la administración estratégica, con sentido crítico y responsabilidad social.</p> <p>3.2 Diseñar e implementar eventos que permitan integrar la cadena de valor turística, utilizando el proceso de planeación y logística de eventos, para promover la participación de la comunidad, con responsabilidad social.</p>
<p>4. Desarrollar una cultura de calidad en el servicio al cliente, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, a través de la aplicación y adaptación de estándares internacionales y nacionales vigentes, con apego a la normatividad y profesionalismo.</p>	<p>4.1. Diseñar programas de calidad en el servicio a organizaciones turísticas, para determinar procesos y procedimientos, utilizando los sistemas de gestión y normatividad vigente, con creatividad, honestidad y compromiso.</p> <p>4.2 Implementar programas de calidad en el servicio a organizaciones turísticas, a través de la gestión estratégica, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, de manera congruente y consistente</p> <p>4.3 Evaluar los indicadores de calidad aplicables a las diferentes organizaciones turísticas, a través del monitoreo y entrega de informes de desempeño para la mejora continua en el servicio, con responsabilidad y objetividad.</p>

FORMATO 3. ESTABLECIMIENTO DE LAS EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

Competencia profesional 1: Dirigir y crear organizaciones turísticas públicas y privadas a través de la gestión eficiente de recursos, el análisis del entorno, el uso de plataformas digitales, software y herramientas especializadas, que permitan adaptarse a las tendencias globales y generar desarrollo, con liderazgo, innovación y responsabilidad social.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
1.1 Dirigir organizaciones turísticas mediante el diseño e implementación de planes estratégicos para optimizar la gestión, cumplimiento de objetivos, rentabilidad y comercialización en alojamiento, restauración, servicios de viaje, organización de eventos y demás empresas que formen parte del sector de la hospitalidad, con responsabilidad y profesionalismo.	Plan estratégico aplicable a una organización turística pública o privada. Elaborado a partir del diagnóstico que contemple indicadores y datos secundarios para empresas turísticas, que resuelva problemáticas gerenciales y operativas que incluya el diseño estratégico, programa de acción, evaluación, control y presupuesto.
1.2 Gestionar eficientemente los recursos de empresas de alojamiento por medio de estrategias para generar el desarrollo y adaptación de las empresas dentro del mercado turístico global, con integridad y hospitalidad.	Proyecto que evalúe la operación y gestión del establecimiento de hospedaje que incluya normatividad, costos, calidad en el servicio, evaluación de indicadores y propuesta de mejora con base en diversas matrices y modelos de negocios en un entorno competitivo.
1.3 Gestionar eficientemente los recursos de empresas de restauración por medio de estrategias para generar el desarrollo y adaptación de las empresas dentro del mercado turístico global, con integridad y hospitalidad.	Proyecto que evalúe la operación y gestión del establecimiento de restauración que incluya normatividad, costos, calidad en el servicio, evaluación de indicadores y propuesta de mejora con base en diversas matrices y modelos de negocios en un entorno competitivo.
1.4 Seleccionar e implementar el uso de las herramientas digitales y software especializados en alojamiento, restauración, servicios de viaje, organización de eventos y comercialización de productos y servicios turísticos para adaptarse a las tendencias globales, generar indicadores y mantener la competitividad empresarial con veracidad y honestidad.	Selección y uso eficiente de software especializado y de vanguardia mediante la simulación y ejecución en restauración, hospitalidad y servicios de viaje para brindar soluciones en la empresa. Ejecución de software especializado y de vanguardia, así como simuladores en las áreas de gestión para hoteles, restaurantes operadores de viajes para analizar las operaciones y tomar decisiones aplicables que generen estrategias competitivas de acuerdo con los diversos casos de estudio.
1.5 Crear nuevos negocios vinculados a la hospitalidad de acuerdo con las tendencias tecnológicas y de mercado, a través de metodología de emprendimiento aplicable, para beneficio del desarrollo económico de la región, con innovación y responsabilidad social.	Plan de negocios para empresas de servicios turísticos innovadores. Incluye introducción, diagnóstico de oportunidades, investigación de mercados, estudio de factibilidad, plan de acción. Utilizando las tecnologías de la información.

Competencia profesional 2: Diseñar productos y servicios turísticos especializados a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística preservando el patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
<p>2.1 Diseñar productos y servicios enfocados a los mercados actuales, potenciales y emergentes, utilizando la metodología aplicable, para atender las nuevas tendencias del mercado turístico, con respeto y responsabilidad por el patrimonio.</p>	<p>Diseño de un producto o servicio turístico que atienda las nuevas tendencias del mercado. Producto: Proyecto que incluya el diseño del producto turístico que contenga la detección de necesidades a partir de la generación de ideas, determinación de atributos o características, el diagnóstico participativo de uso del patrimonio con potencial turístico, diseño del producto o servicio que destaque el valor patrimonial, plan de mercadotecnia, plan de negocios y de financiamiento.</p>
<p>2.2 Identificar las características de los segmentos de mercado, a través del análisis del comportamiento del consumidor, para atender las necesidades de la demanda y crear estrategias que fortalezcan el desarrollo del sector turístico, con creatividad y rigor metodológico.</p>	<p>Reporte técnico que identifique el segmento de mercado y su caracterización, que incluya investigación de mercados a partir de datos secundarios, análisis de oferta-demanda y de la competencia.</p>
<p>2.3 Comercializar productos y servicios, a través de los intermediarios turísticos tradicionales, digitales y de tendencias, para maximizar los beneficios de la empresa y satisfacer la demanda actual y emergente, con creatividad y ética profesional.</p>	<p>Identificación de los canales de comercialización nacional e internacional y de tendencias del comercio electrónico para el sector turístico que mejor se adapten a las condiciones de los segmentos de mercado que los utilizan. Plan de comercialización adaptado al mercado meta que incluya introducción, mercado meta, herramientas de promoción (tradicionales, digitales y de tendencia), estrategias de control del canal, que evidencie los impactos positivos y valore el patrimonio cultural de la región.</p>

Competencia profesional 3: Desarrollar proyectos y actividades turísticas que permitan una mayor integración del sector turístico, mediante la participación de las empresas y comunidades, buscando minimizar los impactos negativos del turismo y la puesta en valor del patrimonio en atención a recomendaciones de organismos nacionales e internacionales, con responsabilidad y honestidad.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
3.1 Desarrollar sistemas de gestión, para disminuir los impactos negativos de la actividad turística, a través de la administración estratégica, con sentido crítico y responsabilidad social.	Reporte técnico con propuesta de un sistema de gestión, acorde a criterios y estándares internacionales o nacionales que integre el diagnóstico o línea base de los impactos negativos y positivos económicos, sociales y ambientales de la organización, así como un plan de acción ejecutable (en el periodo necesario) para mejorar las condiciones de las empresas en particular, y del destino, en estricto apego a los principios del turismo sostenible y los ODS.
3.2 Diseñar e implementar eventos que permitan integrar la cadena de valor turística, utilizando el proceso de planeación y logística de eventos, para promover la participación de la comunidad, con responsabilidad social.	Planeación y ejecución de eventos que integren la cadena de valor turística. Portafolio que contenga estudio de factibilidad, evidencia de operación, evaluación del evento e impacto con propuesta de mejora.

Competencia profesional 4: Desarrollar una cultura de calidad en el servicio al cliente, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, a través de la aplicación y adaptación de estándares internacionales y nacionales vigentes, con apego a la normatividad y profesionalismo.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
4.1 Diseñar programas de calidad en el servicio a organizaciones turísticas, para determinar procesos y procedimientos, utilizando los sistemas de gestión y normatividad vigente, con creatividad, honestidad y compromiso.	Diseñar programas de calidad utilizando sistemas de mejora continua, la normatividad y sistemas de gestión aplicables. Manual que contenga plan de calidad en el servicio, que incluya diagnóstico, análisis de datos secundarios, estrategias para servicio y/o servicio al cliente, la elaboración de procesos y procedimientos, programa de implantación y control utilizando los sistemas de gestión y normatividad vigente aplicables a las diferentes organizaciones turísticas.
4.2 Implementar programas de calidad en el servicio a organizaciones turísticas, a través de la gestión estratégica,	Aplicación de programas de calidad en el servicio enfocado a satisfacer las necesidades del mercado por medio del seguimiento de

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, de manera congruente y consistente.	procedimientos y protocolos aplicables a la empresa destacando los beneficios de su implementación. Portafolio de evidencias sobre la aplicación, monitoreo y evaluación de programas de calidad que incluya la adaptación de herramientas de gestión tales como: Bitácoras, tablas de desempeño, listados de verificación de estándares, diseño de estándar y documentos aplicables.
4.3 Evaluar los indicadores de calidad aplicables a las diferentes organizaciones turísticas, a través del monitoreo y entrega de informes de desempeño para la mejora continua en el servicio, con responsabilidad y objetividad.	Reporte técnico de evaluación del desempeño de la mejora continua a través de los indicadores de calidad que contenga introducción, definiciones, explicación de indicadores, análisis de indicadores de calidad utilizados, resultados, propuesta de mejora y plan de acción para las organizaciones turísticas.

FORMATO 4. ANÁLISIS DE COMPETENCIAS ESPECÍFICAS EN CONOCIMIENTOS, HABILIDADES, DESTREZAS, ACTITUDES Y VALORES

Competencia profesional 1: Dirigir y crear organizaciones turísticas públicas y privadas a través de la gestión eficiente de recursos, el análisis del entorno, el uso de plataformas digitales, software y herramientas especializadas, que permitan adaptarse a las tendencias globales y generar desarrollo, con liderazgo, innovación y responsabilidad social.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
1.1 Dirigir organizaciones turísticas mediante el diseño e implementación de planes estratégicos para optimizar la gestión, cumplimiento de objetivos, rentabilidad y comercialización en alojamiento, restauración, servicios de viaje, organización de eventos y demás empresas que formen parte del sector de la hospitalidad, con responsabilidad y profesionalismo.	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo • Conocer y diagnosticar el sector turístico Internacional, nacional, regional y local. • Reglas de comunicación oral, escrita en español y digital. • Comunicación oral y escrita académica y administrativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar los recursos de las empresas turísticas • Analizar procesos. • Aplicar tipos de liderazgo. • Asesorar • Habilidad para la comunicación oral, escrita y digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad empresarial. • Ética profesional. • Profesionalismo. • Responsabilidad social. • Respeto al medio ambiente. • Respeto a la identidad

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Reglas de la comunicación oral y escrita en otro idioma. • Teorías administrativas. • Proceso administrativo • Proceso en la toma de decisiones. • Técnicas de resolución de problemas. • Dirección estratégica. • Administración. • Gestión. • Contabilidad. • Índices de rentabilidad. • Presupuestos. • Análisis e interpretación de estados financieros. • Matemáticas financieras, • índices de rentabilidad, • financiamiento y apalancamiento. • Elaboración de estrategias basadas en resultados financieros. • Manejo de Recursos Humanos. • Manejo de recursos materiales. • Identificar tipos de liderazgo. • Técnicas y dinámicas de grupo. • Mercadotecnia. • Comercialización-canales de distribución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicarse en el idioma inglés • Conducción de equipos de trabajo • Crear estrategias • Definir objetivos • Elaborar diagnósticos • Dirigir • Diseñar planes, estrategias y proyectos • Dominio de las tecnologías de la información relacionadas a la disciplina. • Ejecutar diversas tareas • Elaboración, redacción y presentación de reportes e informes de investigación de mercados • Elaboración y presentación de herramientas administrativas (reportes, presupuestos, tableros de control). • Evaluar • Exponer profesionalmente • Gestionar 	<p>nacional y diversidad cultural.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Honestidad • Compromiso • Espíritu de servicio • Confiabilidad • Lealtad • Amabilidad • Respeto • Discreción • Empatía • Tolerancia ante la diversidad. • Disciplina • Eficiencia • Puntualidad • Veracidad • Prudencia • Actitud proactiva • Disposición para el trabajo en equipo. • Actitud innovadora. • Creatividad • Emprendedor. • Perspectiva multidisciplinaria. • Actitud crítica. • Visión holística.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de mercados. • Estándares de calidad. • Normatividad en los negocios. • Leyes, reglamentos y normas vigentes aplicables al turismo. • Código Ético Mundial para el Turismo. • Paquetería Microsoft. • Simuladores para los negocios turísticos. • Matriz Ansoff • Matriz FODA. • Modelos de negocioBCG. • Modelo de Administración estratégica de Schendel y Hofer. • Estrategias de Porter. • Modelo Diamante de Porter. • Datos secundarios como: OMT WTTC, DATATUR, INEGI, SECTURE, Índice de Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo. • Metodología de la Investigación. • Investigación de mercado a través de fuentes secundarias. • Organismos turísticos, estructura del sector turístico. • Revenue Managment. 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad en el empleo de las técnicas de comunicación organizacional. • Habilidad en el manejo de software. • Identificar liderazgos. • Integración de equipos, Delegar actividades, Evaluación de resultados • Habilidad para la interpretación y síntesis de datos y estados financieros • Liderazgo • Negociar • Organizar • Elaborar planes • Presentación de un plan estratégico. • Razonamiento crítico. • Razonamiento deductivo e inductivo. • Resolución de casos prácticos e imprevistos. • Tomar decisiones • Trabajar bajo presión • Trabajar en equipo • Flexibilidad 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Administración estratégica. • Toma de decisiones de inversión con base en proyecciones de la rentabilidad de la empresa. • Uso de herramientas digitales y apps. • Impactos derivados de la actividad turística, problemas vinculados al sector • instrumentos de gestión de la sustentabilidad y responsabilidad social aplicados a las empresas turísticas; • diseño e implementación de sistemas de gestión de sustentabilidad y responsabilidad social. • Fundamentos metodológicos para el turismo. • Tendencias turísticas. • Tendencias globales. • Técnicas de gestión y negociación. 		
<p>1.2 Gestionar eficientemente los recursos de empresas de alojamiento por medio de estrategias para generar el desarrollo y adaptación de las empresas dentro del mercado turístico global, con integridad y hospitalidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura y características de la organización de las empresas de hospedaje. • Cultura del servicio. • Clasificación de las empresas de hospedaje. • Características del mercado de hospedaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar • Agilidad mental • Análisis de información de estados financieros y contables • Aplicar la inteligencia emocional y social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud de servicio al cliente. • Coherente. • Compromiso con la empresa y el trabajo desarrollado. • Disciplina.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de establecimiento de alojamiento. • Tipos de operación hotelera. • Clasificación hotelera. • Administración financiera. • Administración comercial. • Administración de recursos humanos. • Detección de necesidades de capacitación (DNC). • Manejo y desarrollo de personal. • Funciones principales de cada puesto • Desarrollo Humano. • Administración de recursos materiales. • Compras. • Mercadotecnia. • Mezcla de mercadotecnia de servicios. • Comunicación oral y escrita en otro idioma. • Revenue Management: • RevPar (Revenue per available room). • RevPac (Revenue per available customer). • Revenue Management. (Gestión de ingresos) • Yield Management. • Ocupación promedio • Tarifa promedio diaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación en inglés. • Crear programas de capacitación. • Crear sinergia entre equipos de trabajo. • Creatividad. • Desarrollar y aplicar liderazgos. • Dirigir. • Elaboración y presentación de herramientas administrativas (reportes, presupuestos, tableros de control). • Elaborar programas de contingencia. • Escucha activa • Evaluar para la toma de decisiones. • Facilidad de palabra. • Gestionar. • Habilidad y facilidad en la comunicación oral y escrita. • Identificación de impactos especializados en hotelería. • Indicadores hoteleros. • Interpretación de documentos y términos 	<ul style="list-style-type: none"> • Discreto. • Empatía. • Ética profesional. • Honestidad • Hospitalidad. • Integridad. • Optimizar recursos. • Organización. • Persuasivo. • Positivo. • Proactivo. • Respetuoso. • Responsabilidad. • Tolerancia. • Trabajo en equipo.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Tarifa promedio por Huésped. • Costos por huésped. • Costos por cuarto. • Utilidad departamental • Matemáticas financieras. • Costos. • Estados financieros, • evaluación de rentabilidad, • Nociones de evaluación de la viabilidad financiera. • Estrategias basadas en porcentaje de ocupación-cuartos noche-temporada, • Pronósticos • Upsellin. • Cross selling. • Reservasiones. • GDS (Global Distribution System = Sistemas Globales de Distribución). • PMS (Property Management System=Sistema de Gestión Hotelera): • Opera, Innsist, Alice, etc. • MICROS POS System. • Segmentos de Mercado. • Marketing digital. • Comercio electrónico (E-commerce) • Benchmarking. • Estrategias tarifarias. • KPI de hotelería (Key Performance Indicators= 	<p>especializados en otro idioma.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación de resultados financieros de la empresa. • Liderazgo con el equipo de trabajo. • Manejo de crisis y conflictos. • Manejo de los canales de comercialización digital. • Manejo de recursos humanos y materiales. • Manejo de sistemas operativos de empresas de hospedaje. • Manejo de software y tecnología. • Narración y presentación de una experiencia vinculada al hospedaje. • Negociación. • Organizar. • Redacción y presentación ejecutiva de un proyecto. • Redactar y presentar un reporte de investigación de mercados. • Relaciones públicas internas y externas. 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<p>Indicadores Claves del Desempeño).</p> <ul style="list-style-type: none"> • FODA. • Leyes, reglamentos y normas vigentes de las empresas de alojamiento. • De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios). • Reglamento de establecimientos de hospedaje, campamentos y paradores de casas rodantes. • Procesos de certificación de la calidad. • Certificaciones, distintivos y premios. Distintivo "M" Moderniza. • Proceso administrativo. • Paquetería de cómputo especializada en hospedaje. • Modelos de negocio. • Proceso en la toma de decisiones. • Técnicas de comunicación organizacional. • Presupuestos. • Elaboración de convenios con empresas, 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de situaciones críticas en empresas de alojamiento. • Selección de instrumentos adecuados para hotelería en la gestión de la sustentabilidad o responsabilidad social. • Solución de situaciones operativas. • Técnicas de motivación. 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de servicio por tipo de establecimiento, • Auditoria, • Uso de software y aplicaciones hoteleras, • Tendencias en servicios de hospedaje. • Estrategias de venta, • Mezcla de mercadotecnia de servicios. • OTAS y tipo de tarifas. 		
<p>1.3 Gestionar eficientemente los recursos de empresas de restauración por medio de estrategias para generar el desarrollo y adaptación de las empresas dentro del mercado turístico global, con integridad y hospitalidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura y características de la organización de las empresas de alimentos y bebidas para el turismo. • Características del servicio. • Características del mercado. • Revenue Managment. (Gestión de ingresos) • Modelos de negocios. • Costeo de productos, • evaluación financiera de la rentabilidad, • manejo financiero de los recursos(inversiones). • Tipos de establecimiento de restauración. • Clasificación. • Administración financiera. • Administración comercial. • Administración de recursos humanos. • Administración de recursos materiales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud de servicio al cliente. • Administrar • Agilidad mental. • almacenamiento de la materia prima, • Análisis de información y estados financieros y contables. • asignación de áreas de trabajo, • Capacitar al equipo de trabajo. • Comunicación en inglés. • Habilidad y facilidad para la comunicación oral y escrita. • Crear programas de capacitación. • Crear sinergia entre equipos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud de servicio. • Activo • Actitud analítica • Compromiso con la empresa y el trabajo desarrollado. • Compromiso social. • Disciplina. • Discreción. • Empatía. • Espíritu de servicio • Ética personal y de negocios. • Etica profesional. • Honestidad. • Hospitalidad. • Integridad. • Optimizar recursos

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Control de Costos de Alimentos y Bebidas. • Compras. • Almacén. • Mercadotecnia. • Mezcla de mercadotecnia de servicios. • PMS (Property Management System=Sistema de Gestión Hotelera). • MICROS POS System. • Comunicación oral y escrita en otro idioma. • Operación de restaurantes. • Leyes, reglamentos y Normas aplicables al sector restaurantero. • Norma Distintivo H Norma Mexicana NMX-F605-NORMEX 2018. • Distintivo "M" Moderniza. • FODA. • Estándares de calidad. • Estandarización de procesos, • Certificaciones, distintivos y premios. • Proceso de manejo higiénico de los alimentos • Proceso administrativo. • Paquetería de cómputo. • Bases y términos gastronómicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad. • Desarrollar y aplicar liderazgos. • Dirigir. • Elaboración de presupuestos. • enfocar el servicio al cliente de acuerdo con el segmento de mercado • Escuchar. • establecer la brigada de servicio, • Estandarización y costeo de recetas, • Evaluar para la toma de decisiones. • Gestionar. • Identificación de las necesidades de la empresa • Indicadores de establecimiento de alimentos y bares. • Integrar y vincular la experiencia del comedor y cocina. • Inteligencia emocional y social. • interpretación, diseño, redacción y control de tableros de control. • Liderazgo con el equipo de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización. • Pensamiento crítico. • Pensamiento holístico. • Persuasivo. • Propositivo • Proactivo. • Puntualidad • Respeto • Responsabilidad. • Sentido de urgencia • Tolerancia. • Trabajo en equipo. • Adaptabilidad.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso en la toma de decisiones. • Toma de decisión basada en estados financieros, • Técnicas de comunicación organizacional. • Elaboración de experiencia de servicio al cliente, • Organigrama por tipo de establecimiento, • Funciones principales de cada puesto, • operación básica en cocina, banquetes, operación de comedor, administración del comedor, • Estrategias de venta y comercialización, inventario, administración de cocina, • Tendencias en la industria gastronómica. • Ingeniería de menú, • Diseño de menú, • Adaptación del servicio al cliente enfocado a su segmento de mercado, • Oferta gastronómica. • Gestión de empresas, negociación. • Conocimientos básicos de vinos, administración de bar, técnicas de preparación de bebidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de crisis y conflictos. • Manejo de los canales de comercialización digital. • Manejo de los sistemas operativos tecnológicos. • manejo de redes sociales, • Manejo de sistemas operativos de restaurantes. • Manejo de software especializado y tecnologías. • Manejo de recursos humanos y materiales. • manejo de tiempos de comedor, • manejo de tiempos de platillos • Negociación. • Organizar. • Programas de contingencia. • Redacción de documentos técnicos-administrativos. • Redacción en distintas vías de comunicación: presencial, por escrito documental; medios digitales. 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Costeo de recetas, presupuestos de venta y gastos. • Impactos derivados de la restauración, • instrumentos de sustentabilidad e implementación de sistemas de gestión de la sustentabilidad y responsabilidad social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción y presentación de proyectos. • Redacción y presentación de segmentos de mercado y definición de la línea de comunicación con el cliente y colaboradores. • Relaciones públicas internas y externas. • Resolución de situaciones críticas en establecimientos de alimentos y bares. • Solución de problemas. • Solución de situaciones operativas. • Técnicas de motivación. • Trabajo en equipo. • Venta y comercialización. 	
<p>1.4 Seleccionar e implementar el uso de las herramientas digitales y software especializados en alojamiento, restauración, servicios de viaje, organización de eventos y comercialización de productos y servicios turísticos para adaptarse a las tendencias globales, generar indicadores y mantener</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación oral y escrita en otro idioma • Modelos de negocio y software especializado. • GDS (Global Distribution System = Sistemas Globales de Distribución) como 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptar los servicios digitales al cliente. • Adaptarse a diversas plataformas de reservaciones • Adaptarse a diversos softwares 	<ul style="list-style-type: none"> • Veracidad • Honestidad. • Responsabilidad • Paciencia • Adaptación • Perseverancia • Eficiencia

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
<p>la competitividad empresarial con veracidad y honestidad.</p>	<p>Amadeus, Sabre, Galileo Travelport, alguno.</p> <ul style="list-style-type: none"> • PMS (Property Management System=Sistema de Gestión Hotelera) como: • Opera, Innsist, Alice, etc. • Plataformas de reservaciones o CRS (Computerized Reservation System) como GALILEO: para hoteles, vuelos, renta de autos, cruceros, trenes, tours, restaurantes, eventos. • CRM (Customer Relationship Management) como: Oracle Net suit. • MICROS POS System. • Plataformas para Marketing digital. • Software para los Sistemas de Gestión de la Calidad. • Simuladores para negocios turísticos, hoteleros y restauranteros, bares, agencia de viajes, eventos. • Apps para el turismo • Terminología técnica en inglés para establecimientos de hospedaje, restaurantes, bares, agencia de viajes, eventos. • Software actual y especializado para el sector turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización digital. • Comunicación digital formal y efectiva. • Coordinación de grupos. • Creatividad. • Evaluación de alternativas. • Facilidad para las ventas. • Manejo de claves de boletaje. • Manejo de códigos de aeropuertos • Manejo de Globalizadores. • Manejo de los sistemas de cómputo para hoteles, para restaurantes, para agencias de viajes, para eventos, contables • Manejo de software especializado. • Manejo del idioma inglés oral y escrito. • Negociación. • Paquetería Microsoft. • Persuasión. • Plan de contingencia. • Solución de problemas 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionalismo • Ética profesional • Confianza. • Proactivo. • Tolerancia. • Objetividad. • Innovación.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viajes On Line (OTAs). • Software para eventos y convenciones como Software "Lead Retrieval" Software Manager" • Google Apps. • Software de Marketing como "Previa Market Research" (redes sociales y creación de sitios web. • Paquetería de Negocios • Microsoft. • Otras TICS como plataformas y apps. • Desarrollo de KPI por medio de software enfocados en diversas empresas turísticas y el rendimiento financiero. • Políticas de uso del software. • Proceso en la toma de decisiones. • Técnicas de ventas. • Estructura del sector turístico • Estrategias de comercialización. • Estrategias competitivas. • Diseño de estrategias. • Operación de empresas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Usar claves del Alfabeto fonético aeronáutico. • Usar software de eventos y convenciones: Plano del evento, gestión de hospedaje y reserva de salas y espacios. • Utilizar las páginas de reservaciones de líneas aéreas • Utilizar sistemas de gestión, de reservas para empresa turísticas. 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
<p>1.5. Crear nuevos negocios vinculados a la hospitalidad de acuerdo con las tendencias tecnológicas y de mercado, a través de metodología de emprendimiento aplicable, para beneficio del desarrollo económico de la región, con innovación y responsabilidad social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer y diagnosticar el mercado turístico Internacional, nacional, regional y local. • Diagnóstico de la plaza. • Estructura del sector turístico. • Conocer el entorno económico, social, cultural, jurídico y político. • Tendencias tecnológicas para el turismo. • Metodología de la investigación aplicada al sector turístico. • Investigación del mercado turístico de fuentes secundarias. • Metodología para el desarrollo de emprendimientos • Administración estratégica. • Elaboración de misión, visión, objetivos. • Proceso administrativo. • Proceso en la toma de decisiones. • Comunicación oral y escrita • Técnicas de resolución de problemas. • Presupuestos y costos. • Funcionamiento de una empresa turística. • Sistematización de una empresa turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del proceso administrativo de acuerdo con las actividades de la empresa. • Analizar procesos y los resultados • Capacidad de análisis del entorno turístico • Capacidad de evaluación financiera. • Capacidad de identificar, definir y presentar el valor agregado de la empresa. • Habilidad en las técnicas de comunicación organizacional • Comunicarse en inglés. • Creatividad. • Delegación de actividades. • Detectar áreas de oportunidad de negocio. • Dirigir y gestionar proyectos. • Dirigir equipos de trabajo. • Emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprometido con la organización. • Creativo. • Disposición para el trabajo en equipo. • Emprendedor. • Espíritu de servicio. • Ética personal y de negocios. • ética profesional. • Actitud innovadora y de actualización con las bases digitales. • Manejo de la frustración. • Metódico. • Objetivo. • Pensamiento crítico • pensamiento holístico, • Proactivo en el desarrollo de estrategias de mejora. • Relaciones interpersonales. • Responsabilidad en todas las áreas de trabajo y

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos. • Recursos materiales. • Recursos financieros. • Organigramas y perfiles de puestos. • Tendencias de mercado • Conocimientos del idioma inglés. • Evolución de productos y servicios que cubran las expectativas de cada mercado de consumo especializado. • Estilos de liderazgo y motivación. • Técnicas de comunicación organizacional • Técnicas de comercialización. • Paquetería de cómputo. • Las generaciones y las diferentes tendencias de consumo turístico • Tendencias generacionales. • Evaluación de proyectos. • Oferta turística actual, en proceso y en proyecto. • Demanda turística actual y potencial. • Estructura de la cadena de valor del producto o destino. • Diversificar el origen de visitantes sobre todo 	<ul style="list-style-type: none"> • Estimar proyecciones presupuestarias y financieras. • Evaluación de alternativas para la toma de decisiones. • Evaluar proyectos. • Facilidad de palabra. • Habilidad en la interpretación de datos • Habilidad en el diseño de herramientas de comunicación con el mercado. • Habilidad en el diseño de imagen corporativa. • Innovación. • Inteligencia emocional. • Interpretación de bases de datos y de documentos especializados en otro idioma. • Manejar la frustración, • Manejo de software de mercadotecnia y para la investigación como SPSS. • Plasmar de manera lógica la información. • Razonamiento deductivo e inductivo. 	<p>con el medio ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad social. • Tolerancia a la diversidad. • Enfoque multidisciplinario.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<p>provenientes de países asiáticos y de medio oriente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segmentación de mercado. • Mercado de las Apps. • Tendencias a la Robotización. • Negocios sustentables. • Nuevos modelos de negocio en la hospitalidad. • Modelos de plan de negocios. • Modelos de innovación. • Comercialización. • Operación y gestión de empresas turísticas. • Análisis financiero. • Economía aplicada al turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción de un documento académico-técnico de factibilidad. • Redacción y presentación de estudios de mercado y segmentación. • Redacción y presentación de planes de negocios. • Resolución de casos prácticos y problemas. • Toma de decisiones en base a costos y presupuesto. • Toma de decisiones. • Visionario. • Capacidad de Incorporar criterios de sustentabilidad, responsabilidad social a la propuesta. 	

Competencia profesional 2: Diseñar productos y servicios turísticos especializados a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística preservando el patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
<p>2.1 Diseñar productos y servicios enfocados a los mercados actuales, potenciales y emergentes, utilizando la metodología aplicable, para atender las nuevas tendencias del mercado turístico, con respeto y responsabilidad por el patrimonio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias por Organización Mundial del Turismo [OMT] y El Consejo Mundial del Viaje y el Turismo [WTTC]. • Estructura del sector turístico. • Diagnóstico de la oferta turística regional, nacional e internacional. • Inventario de Patrimonio turístico. • Conocimiento de los impactos de la actividad turística; • metodologías para realizar talleres participativos diagnósticos • Fundamentos de investigación aplicados al turismo. • Diagnóstico de la demanda turística local, nacional e internacional. • Tendencias turísticas, comportamiento del consumidor turístico • Segmentación de mercado. • Mercadotecnia • Turismo sustentable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la competencia y la oferta. • Analizar el impacto en la cadena de valor y la comunidad, • Anfitrionía; • Capacidad de interpretación del patrimonio cultural y social, • Desarrollo de experiencias, • Habilidades estratégicas • Habilidad en la redacción de oficios de presentación, órdenes del día y redacción de minutas. • Habilidades de comunicación oral y escrita en inglés. • Habilidades y facilidad en la comunicación oral y escrita en español. • Inglés técnico. • Integración de un proyecto, 	<ul style="list-style-type: none"> • Respeto. • Responsabilidad por el patrimonio • Proactivo en el desarrollo de estrategias de mejora. • Compromiso social. • Compromiso con el medio ambiente. • Ética personal y de negocios. • Confiabilidad • Honestidad • Responsabilidad • Disciplina • Trabajo colaborativo. • Proactivo. • Adaptabilidad. • Eficiente. • Empatía • Pensamiento crítico • Pensamiento multidisciplinario • pensamiento holístico

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio cultural y natural, • Geografía aplicada al turismo con enfoque regional • Logística y transportación. • Interpretación patrimonial. • Técnicas de gestión y negociación. • Comunicación oral y escrita en inglés y otro idioma. • Análisis financiero. • Plan de mercadotecnia. • Administración estratégica. • Matrices: FODA, BCG, ANSOFF. • Modelo de diamante de Porter • Fuerzas de Porter. • Análisis de la cartera de negocios. • Plan de negocios. • investigación de mercado. • Mercadotecnia de servicios. • Recreación y animación. • Elaboración de la experiencia, • Diseño de herramientas y señaléticas, modelo CANVAS. • Cadena de valor turística, • integración y componentes del sistema turístico, • Normatividad, tramites con gobierno • Tipología del turismo, 	<ul style="list-style-type: none"> • Integración, manejo y dirección de equipos de trabajo. • Inteligencia emocional. • Investigación de mercados. • Liderazgo • Manejar las fuentes de financiamiento. • Manejo de paquetería de negocios Paquetería Microsoft. • Manejo de software de mercadotecnia para diseñar investigaciones y analizar resultados. • Manejo de software para el análisis de datos. • Manejo de software para manejo de información financiera. • Metodología de la investigación. • Negociación • Redacción en narrativa de la experiencia turística. • Redacción y presentación de reportes de investigación de 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfocado

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización. • Costo de producto o servicio. 	<p>campo y de datos secundarios;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redacción y presentación de un proyecto. • Resolución de casos reales. • Solución de conflictos y capacidad de respuesta en condiciones de crisis; • Superar la frustración. • Toma de decisiones. • Utilizar los recursos financieros. 	
<p>2.2 Identificar las características de los segmentos de mercado, a través del análisis del comportamiento del consumidor, para atender las necesidades de la demanda y crear estrategias que fortalezcan el desarrollo del sector turístico, con creatividad y rigor metodológico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Principios básicos de mercadotecnia. • Entorno turístico. • Entorno económico empresarial. • Análisis del entorno. • Fundamentos de Metodología de investigación para el turismo. • Componentes del sector turístico. • Características y análisis del mercado turístico. • Diagnóstico del mercado turístico. • Diagnóstico de la oferta turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para el análisis de la información • Analizar datos del comportamiento del consumidor. • Análisis de productos y servicios. • Observación del entorno. • Detectar tendencias. • Evaluación de oportunidades del mercado turístico. • Localizar necesidades del segmento en cuestión. • Diagnosticar la situación de empresas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad. • Emprendedor • Rigor metodológico. • Objetivo • Innovación y actualización con las bases digitales. • Proactivo en el desarrollo de estrategias de mejora. • Responsabilidad en todas las áreas de trabajo. • Organización.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de la demanda turística. • Generaciones y sus características. • Segmentación del mercado turístico. • Tendencias del mercado turístico. • Investigación de mercados. • Cultura y tradición del mercado emisor. • Cultura y tradición del mercado receptor. • Diagnóstico de la empresa. • Investigaciones de organismos oficiales del turismo a nivel mundial, nacional, regional y local. • Investigaciones de cuerpos académicos, de especialistas del sector. • Mercadotecnia de servicios. • Proceso de plan de mercadotecnia. • Nuevas estrategias de la mercadotecnia: e-business, e-marketing, comercio electrónico y las 7"C" para el diseño de página WEB. • Leyes, reglamentos y normas. • Comunicación oral y escrita en inglés y otro idioma. • Proceso de toma de decisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser creativo para la obtención de datos. • Capacidad de investigación y análisis de información. • Determinar el costo y la rentabilidad del proyecto. • Seguir un esquema lógico de la información • Trabajar en equipo. • Toma de decisiones. • Solución de problemas. • Optimizar recursos. • Identificar canales de distribución, comercialización. • Manejo de software. • Hablar inglés. • Facilidad de palabra. • Identificar e interpretar características de la mercadotecnia estratégica para servicios. • Diseñar planes de mercadotecnia de acuerdo con las características de la empresa. • Trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso social y medioambiental. • Disciplina. • Ética personal y de negocios • Disposición trabajo en equipo. • Comprometido con la organización. • Empático. • Tolerante.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuestos. • Administración estratégica. • Diseño de estrategias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción de un reporte técnico-académico de resultado de investigación de mercado. 	
<p>2.3 Comercializar productos y servicios, a través de los intermediarios turísticos tradicionales, digitales y de tendencias, para maximizar los beneficios de la empresa y satisfacer la demanda actual y emergente, con creatividad y ética profesional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entorno económico. • Patrimonio cultural y natural. • Geografía aplicada al turismo. • Comunicación en inglés oral y escrita. • Mercadotecnia. • Ventas. • Relaciones públicas. • Investigación y análisis de mercados con datos secundarios. • Estadística • Comportamiento del consumidor. • Técnicas de comercialización. • Características del mercado turístico. • Proceso de Segmentación de mercados. • Comportamiento de compra. • Características y elementos de la mezcla de promoción. • Comercialización. • comercio electrónico tradicional y digital. (OTA) 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis e interpretación de variables. • Analizar el entorno de las empresas. • Coordinar grupos. • Detectar y evaluar oportunidades. • Diseño de planes de trabajo. • Elaborar instrumentos de medición. • Establecer relaciones públicas y comerciales • Evaluación y rentabilidad de los canales utilizados • Facilidad de comunicación oral y escrita. • Habilidad en el manejo de software especializado. • Habilidad en el manejo de software para interpretación de datos. • Identificar liderazgos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad. • Ética personal y de negocios • Proactivo • Innovación • Confiabilidad. • Organización. • Compromiso social. • Disciplina • Responsabilidad social. • Analítico. • Oportuno. • Veraz. • Metódico. • Ordenado. • Objetivo. • Comprometido con la organización. • Respetuoso de las leyes. • Coherente. • Emprendedor. • Liderazgo.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Intermediarios comerciales y turísticos. • Codificación internacional para sistemas globales turísticos. • Alfabeto fonético aeronáutico. • Códigos de aeropuertos y ciudades. • Composición de las tarifas aéreas. • Terminología técnica en inglés para agencia de viajes y transporte aéreo de pasajeros. • Tipos de servicios de viaje. • Clasificación y operatividad de empresas intermediarias. • DMC [Destination Management Company] • Tour Operadores o Mayoristas, emisoras, receptoras y mixtas. • Canales de distribución de los productos turísticos: • GDS (Global Distribution Systems – Sistemas Globales de distribución Alojamiento, Líneas Aéreas, Renta de Autos, Eventos y Convenciones, Tours en los Destinos como Sabre, Amadeus o Travelport. • Agencias de Viajes On line (OTAs). 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de las funciones de los Tour operadores. • Manejo de los sistemas de distribución y comercialización. • Manejo de redes sociales. • Manejo de técnicas audiovisuales • Optimizar recursos. • Persuasión. • Pronosticar la oferta y demanda. • Razonamiento inductivo y deductivo. • Redacción y comunicación de la experiencia turística. • Redacción y presentación de un reporte académico-administrativo enfocado a la comercialización. • Sintetizar datos. • Solución de problemas. • Toma de decisiones. • Trabajar en equipo. • Uso de técnicas y canales de comercialización. 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de Viajes tradicionales (offline) minoristas. • Globales de Distribución. • Estrategia B2B2C (business to business to consumer) • Plataformas de Redes sociales. • Cómo medir los resultados de las redes sociales. • Evolución del uso de las redes sociales. • Aplicaciones para Smartphone. • Elaboración de paquetes turísticos. • Organismos internacionales públicos y privados, nacionales, estatales y municipales del turismo. • Hospitalidad. • Administración de negocios. • Finanzas. • Paquetes de software especializado en el diseño de imagen • Bases de diseño gráfico digital. • Características de la comunicación efectiva. • Proceso de comunicación integral de la mercadotecnia • Sistemas de información de la mercadotecnia. 	<ul style="list-style-type: none"> • § Facilidad en la comunicación oral y escrita en inglés. • Crear y diseñar el mensaje creativo • Elaborar presentaciones efectivas. 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de información tecnológicos. • Proceso creativo de generación de nuevos productos y/o servicios. • Técnicas de expresión oral y escrita. • Métodos para pronosticar situaciones de mercado. • Leyes, Reglamentos y Normas, • Mezcla de mercadotecnia de servicios. • Presupuestos. • Proceso de toma de decisiones. 		

Competencia profesional 3: Desarrollar proyectos y actividades turísticas que permitan una mayor integración del sector turístico, mediante la participación de las empresas y comunidades, buscando minimizar los impactos negativos del turismo y la puesta en valor del patrimonio en atención a recomendaciones de organismos nacionales e internacionales, con responsabilidad y honestidad.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
3.1 Desarrollar sistemas de gestión, para disminuir los impactos negativos de la actividad turística, a través de la administración estratégica, con sentido crítico y responsabilidad social.	<ul style="list-style-type: none"> • Administración estratégica. • Manejo de crisis • Finanzas. • Economía. • Fundamentos de la investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un sistema de gestión ambiental para la empresa o destino turístico. • Elaborar diagnósticos. • Diseño de herramientas para mejorar la 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico. • Responsabilidad social. • Ética profesional. • Analítico. • Proactivo en el desarrollo de

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico ambiental del establecimiento o destinos turísticos. • Organismos turísticos. • Entorno turístico. • Tendencias turísticas. • Estructura del sector turístico. • Análisis del entorno. • Diseño de proyectos. • Inglés oral y escrito. • Código Ético Mundial para el Turismo. • Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) e instrumentos internacionales para el Desarrollo Sostenible. • Programas de certificación <ul style="list-style-type: none"> • de Manejo ambiental. • Agenda 21 • Programas ambientales: <ul style="list-style-type: none"> • Hotel Energy Solution de la OMT. • Distintivo "S" Sustentabilidad. • Distintivo "H" Higiene. • Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR). 	<p>sustentabilidad en empresas y destinos turísticos vinculados a los principios de turismo sostenible y los ODS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la percepción de los residentes respecto a la actividad turística en la comunidad receptora • Diseño de herramientas de concientización turística. • Integrar la información. • Esquematizar procesos de trabajo • Jerarquización de prioridades. • Analítico. • Desarrollar conclusiones prácticas. • Trabajar en equipos multidisciplinarios. • Toma de decisiones. 	<p>estrategias de mejora.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Honestidad. • Innovación • Confiabilidad • Disciplina • Organización. • Creatividad. • pensamiento holístico; • optimismo; • adaptación; • resiliencia. • Emprendedor. • Coherente. • Asertivo. • Espíritu de servicio. • Responsabilidad • Tolerancia. • Disposición para el trabajo en equipo. • Empatía.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación EarthCheck. • Desarrollo sustentable de empresas y destinos turismo. • Certificación Leadership in Energy and Environmental Design (LEED). • Certificación Calidad Ambiental Turística por PROFEPA). • Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA). • Normatividad de ordenamiento territorial. • Conocimiento sobre los impactos negativos derivados de la actividad turística, problemáticas ambientales y sociales. • Geografía aplicada al turismo. • Ecosistemas y servicios ecosistémicos. • cadena de valor de la actividad turística; • Diseño y plan de implementación de un sistema de gestión y sus indicadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solución de problemas. • Manejo de software. • Hablar inglés. • Facilidad de palabra. • evaluación resultados o desempeño; • mejora continua; • evaluación multicriterio; • planificación. • Habilidad en la redacción de reportes técnicos, documentos administrativos y diseño de estrategias • Diseño, redacción, medición de tableros de control. • Capacidad de gestión y negociación. 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Tradición y cultura de la comunidad receptora. 		
<p>3.2 Diseñar e implementar eventos que permitan integrar la cadena de valor turística, utilizando el proceso de planeación y logística de eventos, para promover la participación de la comunidad, con responsabilidad social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso administrativo. • Inventario de los recursos culturales y naturales del país y de la región para desarrollar eventos sustentables y sostenibles. • Conocimiento oral y escrito de otro idioma. • Proceso de Planeación de eventos locales, regionales, nacionales e internacionales. • Organización de eventos. • Administrar eventos. • Logística de los eventos. • Operación de eventos • Administración de recursos humanos. • Clasificación de eventos. • Turismo de reuniones: Congresos, convenciones, viajes de incentivos, ferias y exposiciones. • Eventos sociales. • Eventos deportivos. • Normatividad para llevar a cabo los eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y solución de problemas. • Conocimiento oral y escrito del idioma inglés. • Delegación de actividades. • Facilidad de comunicación oral y escrita. • Habilidad en el manejo de las relaciones interpersonales. • Habilidad en el Manejo de software de eventos. • Habilidad en el manejo de software especializado. • Habilidad para la procuración de fondos y la gestión de patrocinios • Habilidad para la planeación y organización de eventos 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad social. • Respeto a la identidad nacional y diversidad cultural. • Respeto al medio ambiente. • Creatividad • Proactivo. • Organización. • Comunicación interpersonal • Liderazgo • Innovación • Ética personal y de negocios. • Honestidad. • Disciplina. • Disposición para el Trabajo en equipo • Ética • Entusiasmo • Tolerancia. • Resiliencia • Espíritu de servicio.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de mercado. • Técnicas de comercialización. • Mezcla de promoción. • Funcionamiento y manejo de medios de comunicación tradicional. • Funcionamiento y manejo de medios de comunicación digitales. • Herramientas actuales de comunicaciones • Relaciones públicas internas. • Relaciones públicas externas. • Cadena de valor turística. • Proveduría. • Segmentos de mercado. • Costos y presupuestos • Punto de equilibrio • Fuentes de financiamiento. • Características de los patrocinios. • Conocimiento de informática. • Diseño gráfico. • Conocimiento de reciclaje, normas sanitarias, desechos tóxicos, 	<p>sustentables en modalidades online y presencial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de liderazgo. • Identificar liderazgos. • Implementación de planes. • Inteligencia emocional • Interpretación de datos. • Manejo de la frustración • Manejo de personal. • Optimizar recursos. • Organización. • Redacción administrativa. • Técnicas y dinámicas de grupo. • Toma de decisiones. • Trabajar en equipo. • Trabajo bajo presión. • Transmitir información clara. 	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendedor. • Pensamiento crítico, holístico y multidisciplinario.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<p>derechos de uso de suelo, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impacto ambiental. • Paquetería de cómputo especializada. • Proceso en la toma de decisiones. • Técnicas de resolución de problemas. • Reglas de Protocolo. • Análisis del entorno. • Estructura del sector turístico. • Técnicas de negociación. • Redacción de oficios. • Desarrollo de programas. • Diseño de plano del evento. • Montaje de evento. 		

Competencia profesional 4: Desarrollar una cultura de calidad en el servicio al cliente, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, a través de la aplicación y adaptación de estándares internacionales y nacionales vigentes, con apego a la normatividad y profesionalismo.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
4.1. Diseñar programas de calidad en el servicio a organizaciones turísticas, para determinar procesos y procedimientos, utilizando los sistemas de gestión y normatividad vigente, con creatividad, honestidad y compromiso.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del entorno. • Diseño de estrategias. • Diagnóstico de la empresa turística. • Concepto de calidad, niveles y su evolución 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de la organización o destino. • Manejo de los fundamentos teóricos 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad. • Honestidad. • Compromiso. • Responsabilidad • Iniciativa

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • El costo de la no-calidad. • Presupuestos. • Diseño de una cultura de servicio de calidad. • Diseño de métricas de evaluación y desempeño. Medición de satisfacción del cliente según modelos: SERVQUAL (SERvice QUALity), Servucción • Identificar las herramientas de calidad que aplican en cada empresa turística. • Diseño de programas y políticas de calidad • Proceso de servicio y atención al cliente. • Diseño de programa de capacitación. • DNC [Diagnóstico de necesidades de capacitación] • Diagnóstico de las necesidades del turista interno y externo (destinos) • Diagnóstico de las necesidades del cliente (organizaciones). • Diagnóstico de las necesidades de equipamiento de las organizaciones. • Comunicación oral y escrita en otro idioma. 	<p>de la calidad y servicio al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el sistema y herramienta de gestión de calidad aplicable a la empresa turística • Búsqueda de información en fuentes oficiales y formales como datos estadísticos. • Análisis de la información • Análisis de situación de la empresa • Habilidad en el uso de estadísticas para establecer métricas de evaluación y desempeño. • Elaboración de encuestas de servicio al cliente. • Síntesis e interpretación de datos y estadísticos. • Solución de problemas. • Diseño de controles para la calidad en la operación de empresas turísticas. • Trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ética • Espíritu de servicio • Integridad • Veraz. • Metódico. • Asertivo. • Organizado, • Crítico, • Empático, • Tolerante, • analítico, • Confiable.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura del sector turístico. • Tendencias turísticas globales. Las TIC's y aplicaciones Apps. • Conocimiento operación de empresas turísticas. • Administración estratégica, • Estadística aplicada a procesos de gestión de calidad. • Normatividad vigente aplicable al sector turístico. • Normas Oficiales Mexicanas Turísticas. • Normas Oficiales Mexicanas (NOMs) que repercuten en el ámbito turístico • Normatividad aplicable internacional. • Sistemas de Gestión de Calidad aplicables a empresas turísticas: ISO, Distintivo Moderniza (M); Distintivo "H" -NMX-F-605-NORMEX-2018. • Introducción a la atención y servicio al cliente. • Hospitalidad. • Servicio: Preventa, venta y posventa. • Metodología de la investigación. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones basadas en el programa. • Manejo del idioma inglés oral y escrito. • Comunicación oral y escrita. • Nuevas tendencias del servicio al cliente. • Innovación en el servicio. • Manejo de sistema de mejora continua. • Manejo de plataformas digitales para elaboración de encuestas de diagnóstico de necesidades e indicadores internos de operación. • (TIC'S): SurveyMonkey, • E-encuesta.com, Zoho Survey, SurveyPlanet, Eval&Go, QuestionPro. • Compartir la información, • ponderar las actividades • Integración y Manejo de equipo. 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
		<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de manuales e instructivos. • Redacción administrativa. 	
<p>4.2 Implementar programas de calidad en el servicio a organizaciones turísticas, a través de la gestión estratégica, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, de manera congruente y consistente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de planes de trabajo enfocado al personal. • Motivación e incentivos. • Segmentos turísticos • Segmentos de clientes. • Comportamiento del consumidor • Investigación de mercados. • Marco legal vigente. • Manejo de personal • Tecnologías para prestación de servicios. • Proceso de servicio y atención al cliente. • Técnicas para implementar programas de calidad para estandarizar el servicio. • Implementación del diseño de una cultura de servicio, aplicado a empresas y destinos turísticos. • Estrategias para superar el servicio al cliente. • Técnicas para consolidar la lealtad del cliente. • Desarrollar experiencias de servicio exitosas para los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Obtención y generación de reportes de información y datos estadísticos. • Brindar seguimiento de procesos, procedimientos y tareas • Gestionar la implementación de programas de calidad. • Implementación de estándares de calidad para la solución de problemas. • Conocimiento de inglés oral y escrito. • Desarrollo de actividades colaborativas y cooperativas. • Enfoque a resultados • Manejo de plataformas digitales para aplicación de encuestas de satisfacción e indicadores de calidad • Coordinar grupos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Congruencia. • Consistencia. • Honestidad. • Empatía. • Espíritu de servicio. • Innovación. • Disciplina. • Comunicación. • Responsabilidad. • Perseverancia. • Oportuno. • Veraz. • Metódico. • Organizado. • Confiable, • analítico, • Ética profesional. •

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos de calidad en el servicio. • Administración estratégica. • Definición y cumplimiento de los objetivos SMART. • Calcular y determinar el costo de la implementación de la calidad versus el costo de la no calidad. • Análisis del entorno. • Normatividad nacional vigente aplicable al sector turístico. • Normatividad internacional de calidad aplicable a empresas turísticas. • Sistemas de gestión de calidad. • Estructura del sector turístico. • Estandarización de procesos, procedimientos y tareas. • Elaboración de sistemas de trabajo. • Tendencias globales de calidad en servicios. • Certificaciones aplicadas al turismo. • Integración y coordinación de equipo de trabajo. • Auditoría. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión estratégica. • Comunicación oral y escrita • Adaptación de herramientas de calidad a la operación de la empresa • Elaboración de plan de mejora. • Redacción y presentación de reportes técnicos. • Generación e interpretación de tableros de control. • Esquematizar procesos de trabajo 	
4.3 Evaluar los indicadores de calidad aplicables a las diferentes organizaciones	<ul style="list-style-type: none"> • KPI's (Key Performance Indicator) tradicionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis e interpretación de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Objetividad. • Empatía.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
<p>turísticas, a través del monitoreo y entrega de informes de desempeño para la mejora continua en el servicio, con responsabilidad y objetividad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • KPI's (Key Performance Indicator) en las bases digitales. • Inglés técnico. • Estadística aplicada para la toma de decisiones. • Entorno económico, social, político y cultural. • Economía turística. • Mejora continua • Recursos humanos • Desarrollo organizacional • Comunicación organizacional. • Proceso administrativo • Evaluación de 360° (Autoevaluación del colaborador, jefe a colaborador, colaborador a compañeros de trabajo y clientes a colaboradores). • Evaluación de desempeño • Análisis efectivo de los resultados. • El ciclo de Deming: La gestión y mejora de procesos. • Diseño de estrategias de mejora. • Desarrollo de programa de mejora continua. • 	<p>información y datos estadísticos obtenidos de indicadores de evaluación del desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar conclusiones. • Capacidad oral y escrita. • Comunicación asertiva y empática con los clientes internos y externos. • Comunicación en inglés oral y escrito. • Manejo de programas y plataformas digitales (TIC'S): • Evaluar la operación de la organización turística por medio de encuestas de satisfacción al cliente e indicadores internos. • Manejo de plataformas digitales para la evaluación de la operación, servicio al cliente, infraestructura y colaboradores a partir de indicadores de calidad: Survio, Google Form, 	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso. • Honestidad. • Responsabilidad. • Iniciativa. • Innovación. • Creatividad • Constancia. • Veraz. • Asertivo. • Coherente. • Metódico. • Organizado. • Confiable. • Integro. • Ética profesional.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un plan de acción enfocado a la mejora continua, • Secuencia de intervenciones para ayudar a la empresa. (plan de acción). • • Normatividad vigente aplicable al sector turístico. • ISO, Distintivo "M", "H", SERVQUAL y Normas Turísticas. • Modelos de calidad en el servicio. • Análisis del entorno. • Servicio al cliente. • Sistemas de gestión de calidad. • Estructura del sector turístico. • Administración estratégica. • Auditoría. 	<p>TypeForm, SurveyMonkey.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Métodos vanguardistas para medir la satisfacción del cliente: Índice Things Gone Wrong (TGW), Índice Net Promoter Score (NPS), Índice Customer Satisfaction Score (CSAT). • Social Media Monitoring: Facebook, Twitter, Quora, Yelp, TripAdvisor, Google Alerts, Mention, Socialmention • Procesos de mejora continua. • Redacción, aplicación y evaluación de plan de mejora • Diseño y Redacción de actas correctivas, • Seguimiento y cumplimiento de Acciones correctivas • Exposición de resultados, propuesta y plan de acción, • Habilidades para el Trabajo colaborativo y cooperativo. 	

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
		<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de informes. • Presupuestar servicios profesionales en el turismo. • Habilidades de negociación • Comercialización de servicios y productos turísticos • Redacción y presentación de reportes técnicos y diseño e interpretación de tableros de control. 	

FORMATO 5. IDENTIFICACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE Y UNIDADES DE APRENDIZAJE INTEGRADORAS

Competencia profesional 1: Dirigir y crear organizaciones turísticas públicas y privadas a través de la gestión eficiente de recursos, el análisis del entorno, el uso de plataformas digitales, software y herramientas especializadas, que permitan adaptarse a las tendencias globales y generar desarrollo, con liderazgo, innovación y responsabilidad social.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapa de formación	Área de conocimiento
1.1 Dirigir organizaciones turísticas mediante el diseño e implementación de planes estratégicos para optimizar la gestión, cumplimiento de objetivos, rentabilidad y comercialización en alojamiento, restauración, servicios de viaje, organización de eventos y demás empresas que formen parte del sector de la hospitalidad, con responsabilidad y profesionalismo.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la Administración • Administración Estratégica • Gestión del Capital Humano. • Dirección Estratégica en Turismo • Fundamentos de Economía • Matemáticas Financieras y Presupuestos para el Turismo • Finanzas Aplicadas al Turismo • Habilidades de Redacción y Comunicación • Inglés I • Inglés II • Specialized English in Tourism • International Trends in Tourism 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección Estratégica en Turismo. 	Disciplinaria	Gestión Turística
1.2 Gestionar eficientemente los recursos de empresas de alojamiento por medio de estrategias para generar	<ul style="list-style-type: none"> • Operación de Servicios de Hospedaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Revenue Management para 	Terminal	Finanzas

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
el desarrollo y adaptación de las empresas dentro del mercado turístico global, con integridad y hospitalidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Empresas de Hospedaje • Matemáticas Financieras y Presupuestos para el Turismo • Finanzas Aplicadas al Turismo • Habilidades de Redacción y Comunicación • Inglés I • Inglés II • Specialized English in Tourism • International Trends in Tourism • Revenue Management para Empresas Turísticas 	<p>Empresas Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Empresas de Hospedaje 	Disciplinaria	Gestión Turística
1.3 Gestionar eficientemente los recursos de empresas de restauración por medio de estrategias para generar el desarrollo y adaptación de las empresas dentro del mercado turístico global, con integridad y hospitalidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas. • Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas • Revenue Management para empresas Turísticas • Habilidades de Redacción y Comunicación • Inglés I • Inglés II 	<ul style="list-style-type: none"> • Revenue Management para Empresas Turísticas • Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas. 	Terminal Disciplinaria	Finanzas Gestión Turística

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
	<ul style="list-style-type: none"> • Specialized English in Tourism • International Trends in Tourism • 			
1.4 Seleccionar e implementar el uso de las herramientas digitales y software especializados en alojamiento, restauración, servicios de viaje, organización de eventos y comercialización de productos y servicios turísticos para adaptarse a las tendencias globales, generar indicadores y mantener la competitividad empresarial con veracidad y honestidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas digitales • Digital Marketing for Tourism Companies • Habilidades de Redacción y Comunicación • Inglés I • Inglés II • Specialized English in Tourism • International Trends in Tourism • Fundamentos de Economía • Sistemas de Calidad en Turismo • Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas. • Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas • Operación de Servicios de Hospedaje • Gestión de Empresas de Hospedaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Revenue Management para Empresas Turísticas 	Terminal	Finanzas

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapa de formación	Área de conocimiento
<p>1.5. Crear nuevos negocios vinculados a la hospitalidad de acuerdo con las tendencias tecnológicas y de mercado, a través de metodología de emprendimiento aplicable, para beneficio del desarrollo económico de la región, con innovación y responsabilidad social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico • Economía de los Negocios • Matemáticas Financieras y Presupuestos para el Turismo • Finanzas Aplicadas al Turismo • Fundamentos de Economía • Inglés I • Inglés II • Specialized English in Tourism • International Trends in Tourism • Comercialización para el Sector Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de Emprendedores 	Terminal	Innovación

Competencia profesional 2: Diseñar productos y servicios turísticos especializados a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística preservando el patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
2.1 Diseñar productos y servicios enfocados a los mercados actuales, potenciales y emergentes, utilizando la metodología aplicable, para atender las nuevas tendencias del mercado turístico, con respeto y responsabilidad por el patrimonio.	<ul style="list-style-type: none"> • Hospitalidad • Patrimonio Nacional y Turismo • Estadística • Fundamentos del Turismo en los Negocios • Specialized English in Tourism • International Trends in Tourism 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto Turístico 	Disciplinaria	Innovación
2.2 Identificar las características de los segmentos de mercado, a través del análisis del comportamiento del consumidor, para atender las necesidades de la demanda y crear estrategias que fortalezcan el desarrollo del sector turístico, con creatividad y rigor metodológico.	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento • Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico • Comercialización para el Sector Turístico. • Estadística 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización para el Sector Turístico 	Disciplinaria	Mercadotecnia
2.3 Comercializar productos y servicios, a través de los intermediarios turísticos tradicionales, digitales y de tendencias, para maximizar los beneficios de la empresa y satisfacer la demanda actual y emergente, con creatividad y ética profesional.	<ul style="list-style-type: none"> • Mercadotecnia • Digital Marketing for Tourism Companies • Relaciones públicas • Servicios de viaje e Intermediación Turística • Inglés • Specialized English in Tourism • International Trends in Tourism 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización para el sector turístico • Digital Marketing for Tourism Companies 	Disciplinaria Disciplinaria	Mercadotecnia

Competencia profesional 3: Desarrollar proyectos y actividades turísticas que permitan una mayor integración del sector turístico, mediante la participación de las empresas y comunidades, buscando minimizar los impactos negativos del turismo y la puesta en valor del patrimonio en atención a recomendaciones de organismos nacionales e internacionales, con responsabilidad

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
3.1 Desarrollar sistemas de gestión, para disminuir los impactos negativos de la actividad turística, a través de la administración estratégica, con sentido crítico y responsabilidad social.	<ul style="list-style-type: none"> • Estadística • Patrimonio Nacional y Turismo • Sistemas de Calidad en Turismo • Normatividad Turística • Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad • Seminario de Innovación en la Gestión Turística 	Disciplinaria	Calidad
3.2 Diseñar e implementar eventos que permitan integrar la cadena de valor turística, utilizando el proceso de planeación y logística de eventos, para promover la participación de la comunidad, con responsabilidad social.	<ul style="list-style-type: none"> • Logística y Operación de Eventos • Dirección y Organización de Eventos • Introducción a la Administración • Administración Estratégica • Dirección Estratégica en el Turismo. • Introducción a la Mercadotecnia • Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico • Integrated Marketing Communication for Tourism Businesses 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección y Organización de Eventos 	Disciplinaria	Gestión Turística

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
	<ul style="list-style-type: none"> Digital Marketing for Tourism Companies Specialized English in Tourism International Trends in Tourism Sistemas de Gestión de la sustentabilidad 			

Competencia profesional 4: Desarrollar una cultura de calidad en el servicio al cliente, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, a través de la aplicación y adaptación de estándares internacionales y nacionales vigentes, con apego a la normatividad y profesionalismo.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
4.1 Diseñar programas de calidad en el servicio a organizaciones turísticas, para determinar procesos y procedimientos, utilizando los sistemas de gestión y normatividad vigente, con creatividad, honestidad y compromiso.	<ul style="list-style-type: none"> Normatividad Turística Segmentación y Estrategias de Ventas para el mercado Turístico Hospitalidad Sistemas de Calidad en Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de la Calidad en Turismo 	Terminal	Calidad
4.2 Implementar programas de calidad en el servicio a organizaciones turísticas, a través de la gestión estratégica, para satisfacer las necesidades de segmentos turísticos especializados, de manera congruente y consistente.	<ul style="list-style-type: none"> Hospitalidad Normatividad Turística Segmentación y Estrategias de Venta para el Mercado Turístico Gestión de Empresas de Hospedaje. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de la Calidad en Turismo 	Terminal	Calidad

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas • Sistemas de Calidad en Turismo 			
4.3 Evaluar los indicadores de calidad aplicables a las diferentes organizaciones turísticas, a través del monitoreo y entrega de informes de desempeño para la mejora continua en el servicio, con responsabilidad y objetividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Normatividad Turística • Hospitalidad • Segmentación y Estrategias de Venta para el Mercado Turístico • Gestión de Empresas de Hospedaje. • Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas • Sistemas de Calidad en Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la Calidad en Turismo 	Terminal	Calidad

9.2. Anexo 2. Aprobación por los Consejos Técnicos

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA



Facultad de
**Turismo y
Mercadotecnia**

Sesión de Consejo Técnico
15 de junio de 2021

Acta de sesión Consejo Técnico

En la ciudad de Tijuana, Baja California, siendo las 10:00 horas del día martes 15 de junio de 2021, se reunieron docentes y alumnos del consejo técnico en modalidad virtual, a través de la plataforma MEET (meet.google.com/pbn-zimo-fug) ingresando por medio del correo institucional, atendiendo a la convocatoria emitida por la Presidente del Consejo Técnico de la Facultad, mediante oficio circular 0030/2021-1 del día 1 de junio de 2021.

Inicialmente se da la bienvenida a todos los integrantes presentes del Consejo Técnico de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia; y una vez tomada la asistencia (de acuerdo al primer punto del orden del día), se declara Quorum Legal, con la asistencia de once profesores (seis titulares y cinco suplentes) y ocho estudiantes (cinco titulares y tres suplentes) sumando un total de veintidós consejeros. Posteriormente la Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez, Presidenta del Consejo Técnico, solicita la aprobación del orden del día como se muestra a continuación:

1. Lista de asistencia y declaración de Quorum Legal.
2. Lectura y aprobación del orden del día.
3. Presentación de modificación de plan de estudios de Gestión Turística.
4. Análisis y en su caso, aprobación de la propuesta de modificación de plan de estudios de Gestión Turística.
5. Presentación de modificación de plan de estudios de Mercadotecnia.
6. Análisis y en su caso, aprobación de la propuesta de modificación de plan de estudios de Mercadotecnia.
7. Asuntos Generales.

Se aprueba por unanimidad el orden del día.

Posteriormente se pide autorización al Consejo para que ingrese la Dra. Isabel Morteo Stolle quien explicará la propuesta de la modificación del Programa Educativo de Licenciado en Mercadotecnia, se somete a votación y el Consejo lo aprueba en forma unánime.

Para agotar el punto tres del orden del día, la Presidenta del Consejo Técnico, la Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez le da el uso de la voz al Mtro. Ricardo Verján Quiñones quien realiza la presentación de la propuesta de modificación del programa educativo Licenciado en Gestión Turística con la incorporación del Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo, el cual se aprueba por unanimidad, al finalizar se realizan comentarios felicitando la propuesta y se aclaran algunas dudas a los consejeros estudiantes.

A continuación, se desahoga el punto 5 del orden del día, la Dra. Martha Lobo Rodríguez le cede el uso de la voz a la Dra. Isabel Morteo Stolle para que explique la propuesta de la

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA



Facultad de
Turismo y
Mercadotecnia

Sesión de Consejo Técnico
15 de junio de 2021

modificación del programa educativo de Licenciado en Mercadotecnia, el cual se aprueba por unanimidad y se comparten algunos comentarios de felicitación por la propuesta.

Para concluir, se desahoga el punto 7 del orden del día que son asuntos generales, en el cual no se abordó ningún tema.

No habiendo más asuntos que tratar la Presidente de Consejo agradece la asistencia a todos los miembros del Consejo y se da por concluida la sesión siendo las 11:30 horas.

Dra. Martha Ofelia Lebo Rodríguez Presidente		Dra. Edith Martín Galindo Secretaria	
Docentes			
Titulares		Suplentes	
Omaira C. Martínez Moreno		Francisco Adrián Garfias García	
Margarita Ramírez Torres		Adriana G. Ríos Vázquez	
Ricardo Verján Quiñones		Ario R. Estrada Gaxiola	
Luis Enrique Gómez Espinoza		Marisa Reyes Orta	
José Gabriel Ruiz Andrade		Jesús Amparo López Vizcarra	
Ma. Cruz Lozano Ramírez		Rita Vázquez Escalante	
Estudiantes			
Miguel Ángel Bermúdez Chavira		Aylin Rodríguez Liera	
Carolina Torres Martin		Cinthia Alejandra Ramírez Politrón	
Oskar Alberto Beltrán Alcalá		Miriam Altamirano	
Ángel Rubén Rosales Muñoz		Karen Guerrero García	
Marvin Asain Muñoz Barrios		Cesar Ariel García Rebolledo	
Alina Mariela Izquierdo Badajos		Valeria Montserrat Martínez Torres	

Calzada Universidad 14418 Mesa de Otay 22390 Tijuana, B.C., México
Tel. +52 664 979 75 78



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Facultad de
Turismo y
Mercadotecnia

Sesión de Consejo Técnico
15 de junio de 2021

Lista generada en MEET

Participants	Joined	Left
Edith Martin Galindo		
(Tú)	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Adriana Gma. Rios Vazquez	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Angel Ruben Rosales Muñoz	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Ario Refugio Estrada Gaxiola	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Carolina Torres Martin	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Edith Martin Galindo	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Gabriel Ruiz Andrade	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Isabel Morteo Stolle	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:41
Karen Guerrero Garcia	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Luis Enrique Gómez Espinoza	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Ma. Cruz Lozano Ramirez	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Margarita Ramirez Torres	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Martha Ofelia Lobo Rodriguez	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:41
Miriam	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Omaira Cecilia Martinez Moreno	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Oskar Alberto Beltrán Alcalá	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Ricardo Verjan Qui/onez	6/15/2021 10:01	6/15/2021 10:01
Edith Martin Galindo (Tú)	6/15/2021 10:41	6/15/2021 10:41

Calzada Universidad 14418 Mesa de Otay 22390 Tijuana, B.C., México
Tel. +52 664 979 75 y 79 edith.martin@uabc.edu.mx



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Facultad de
Turismo y
Mercadotecnia

Sesión de Consejo Técnico
15 de junio de 2021

Evidencia Fotográfica



Calzada Universidad 14418 Mesa de Otay 22390 Tijuana, B.C., México
Tel. +52 664 979 75 y 79 edith.martin@uabc.edu.mx



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Facultad de
Turismo y
Mercadotecnia

Sesión de Consejo Técnico
15 de junio de 2021

A screenshot of a Zoom meeting interface. The main window displays a calendar with multiple columns and rows, color-coded by day. The calendar is titled "ORABANDO" and "Ricardo Verjan Quiñonez está presentando". The meeting controls at the bottom show the time as 10:15 and the ID as pbn-zimo-fug. The right sidebar shows a list of participants under the heading "Personas".

Nombre	Estado
Agregar personas	
Margarita Ramirez Torres	
Marisa Reyes Cota	
Martha Ofelia Lobo Radri...	
Miguel Angel Bermudez ...	
Miriam	
Omaira Cecilia Martinez ...	
Oskar Alberto Beltran Alc...	

A second screenshot of the same Zoom meeting. The calendar is still visible, but the participant list on the right has been updated. The meeting controls at the bottom now show the time as 10:15 and the ID as pbn-zimo-fug. The system tray at the bottom of the screen shows the date and time as 10:15 a.m. on 15/06/2021.

Nombre	Estado
Agregar personas	
Martha Leticia Lobo Radri...	
Miguel Angel Bermudez ...	
Miriam	
Omaira Cecilia Martinez ...	
Oskar Alberto Beltran Alc...	
Ricardo Verjan Quiñonez	
Ricardo Verjan Quiñonez	
Ricardo Verjan Quiñonez Presentación	

Calzada Universidad 14418 Mesa de Otay 22390 Tijuana, B.C., México
Tel. +52 664 979 75 y 79 edith.martin@uabc.edu.mx



**INTEGRANTE DEL CONSEJO TÉCNICO
Presente.-**

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 148 fracción V, 162, 151 y 161 fracción III del Estatuto General de la Universidad Autónoma de Baja California, se convoca a los integrantes del Consejo Técnico de la Facultad de Ciencias Administrativas, Campus Mexicali, de la Universidad Autónoma de Baja California, a Sesión Ordinaria de Consejo Técnico a celebrarse a las 11:00 horas del día viernes 14 de Mayo del año en curso.

Dicha sesión se realizará vía meet en el enlace, meet.google.com/ysf-ctfx-joj bajo el siguiente:

ORDEN DEL DÍA

1. Apertura de la Sesión y Bienvenida.
2. Lista de asistencia, verificación y en su caso, declaración de Quórum Legal.
3. Lectura y aprobación del orden del día.
4. Presentación y en su caso aprobación de la propuesta de modificación del Plan de estudios de la **Licenciatura de Administración de Empresas**.
5. Presentación y en su caso aprobación de la propuesta de modificación del Plan de estudios de la **Licenciatura de Mercadotecnia**.
6. Presentación y en su caso aprobación de la propuesta de modificación del Plan de estudios de la **Licenciatura de Gestión Turística**.
7. Recepción de opiniones de los integrantes propietarios del Consejo Técnico.
8. Clausura de la Sesión.

Sin otro particular de momento y esperando su puntual asistencia, quedo a sus apreciables órdenes.

ATENTAMENTE
Mexicali, Baja California, a 05 de mayo de 2021
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE"


DR. RAÚL GONZÁLEZ NUÑEZ
DIRECTOR Y
PRESIDENTE DEL CONSEJO TÉCNICO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MINUTA

MINUTA DE LA SESIÓN DE CONSEJO TÉCNICO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA
CALIFORNIA.

En la ciudad de Mexicali, Baja California, siendo las once horas del día catorce de mayo del año dos mil veintiuno, a través de sesión virtual vía meet en la liga meet.google.com/ysf-ctfx-joj, se reunieron los miembros del Consejo Técnico bajo la presidencia del Dr. Raúl González Núñez y presencia de los consejeros docentes y consejeros alumnos, señalados en la lista de asistencia anexa a esta minuta, con objeto de llevar a cabo la sesión ordinaria del consejo técnico de la Facultad De Ciencias Administrativas de conformidad con la convocatoria emitida por el director de la FCA Dr. Raúl González Núñez, fechada el 05 de mayo de 2021.

Punto No.1 del orden del día

Para dar inicio a las actividades, el presidente del consejo técnico y director de la FCA, Dr. Raúl González Núñez, dirigió un mensaje de bienvenida a los presentes y agradeció la asistencia a los consejeros técnicos tanto propietarios como suplentes.

Punto No. 2 del orden del día

Acto seguido se validó la asistencia con la lista elaborada para tal efecto y de esta manera que el presidente determinara la existencia del Quórum Legal para realizar la sesión, comprobando la presencia de cinco (5) consejeros propietarios y cinco (5) suplentes y por parte de los alumnos dos (2) consejeros propietarios y tres (3) suplentes, por tal motivo se habilita a la estudiante Vanessa Orrantia, consejero suplente de los estudiantes para participar en esta sesión con voz y voto.



En consecuencia, se confirma que SI existe el quórum legal y siendo las once horas con quince minutos el presidente del consejo declara la apertura de la sesión del consejo técnico de la Facultad De Ciencias Administrativas.

Punto No. 3 del orden del día

En cumplimiento de este punto de la orden del día, se propone a los consejeros la dispensa de la lectura considerando que a todos se les hizo llegar con anterioridad, y se les pregunta si alguno de los presentes desea hacer algún comentario al respecto, se sirva a solicitar la voz. No existiendo intervenciones, se procede con la misma.

Punto No.4 del orden del día

Se continúa con el orden del día, el presidente del consejo indica que se procederá a la presentación de la propuesta de modificación de plan de estudios de la licenciatura en Administración de Empresas.

 C. Abigail A. Silva
SAGUARO DEC. C. GONZALEZ N.
Wis Navarrete






Para tal efecto se solicita autorización a los miembros del comité que den anuencia para que la maestra Jackeline Hernández Bejarano, quien no es miembro del consejo, para que ingrese a la sala virtual meet y haga su presentación de la propuesta.

La secretaria del consejo hace pase de lista a cada miembro consejero propietario docente y estudiantes para que den su aprobación, se obtienen cinco votos a favor por parte de los docentes, y dos votos por parte de los estudiantes, siendo decisión unánime por parte del consejo técnico.


Acto seguido se le solicita a la maestra Hernández Bejarano que ingrese a la sesión. La maestra Jackeline Hernández, quien es jefa de carrera de la licenciatura, inicia su presentación a manera de resumen, hace la aclaración que dicha propuesta fue trabajada a nivel DES integrada por las unidades Ensenada, Mexicali, Tecate, Tijuana y San Quintín.



Se menciona que la propuesta que se presenta es el resultado de mas de dos años de una serie de trabajos realizados por parte de los integrantes del comité, considerando aportaciones de empleadores, egresados y diversos grupos de interés.

Continúa haciendo del conocimiento de los consejeros que:
Se realizó una evaluación externa de empleadores, necesidades sociales, mercado laboral y oferta y demanda. Una investigación documental empírica y documental, así como estudios a niveles previos y organismos externos. Una evaluación interna a través de entrevistas a docentes para conocer como opera el programa y llegar a determinar el currículo idóneo. Una evaluación de infraestructura y servicios. Un análisis prospectivo de la disciplina, de la profesión y el entorno. Un análisis comparativo del programa educativo, para llegar a concretar el perfil de egreso y mapa curricular. Se validaron misión, visión, mapa curricular, unidades de aprendizaje, cursos y actividades complementarias, y otras necesidades propias del programa.

Especifica que se trabajó a través de sesiones de trabajos presenciales, virtuales, integrados por docentes especialistas, profesionales y grupos de interés con capacidad para aportar al trabajo. Se integraron comités especializados por áreas y revisores.

Comenta que la misión propuesta muestra una proyección hacia el 2030 como un programa educativo de excelencia en el que los egresados estén bajo los más altos


WIS Navarrete
G. Abigail A. Silva
SAGRAMUNO DEL C. GUZMAN R.






estándares de calidad, acreditado, con educación inclusiva, fomentando la investigación y la responsabilidad social.

Planteando como objetivo general el formar profesionistas integrales en el ámbito de administración de empresas, competentes para satisfacer las necesidades en el sector público, privado y social, a nivel local, regional, nacional e internacional, con un programa educativo reconocido por su alta calidad, acreditado y en constante actualización.

Alineación al modelo educativo vigente basado en un modelo en competencias.

Perfil de ingreso: dividido en tres grandes rubros, conocimientos en: matemáticas, contabilidad, estadísticas, TIC y lectura y redacción, en cuanto a las habilidades: trabajo en equipo, organización, identificación de problemas, análisis y síntesis, comunicación oral y escrita, emisión de juicios valorativos y manejo de hardware y software, respeto a las actitudes y valores: compromiso, honestidad, independencia, pensamiento crítico y analítico, empatía, tolerancia y proactivo.

Competencias blandas: Desarrollo de habilidades socioeconómicas, ética, derechos humanos y responsabilidad social, técnicas de negociación, comunicación organizacional, liderazgo, administración del tiempo.

Será competente para:

- Diseñar estrategias empresariales
- Administrar organizaciones públicas y privadas
- Desarrollar e implementar modelos y planes de negocios
- Tomar decisiones estratégicas mediante el uso de TIC.

Las *competencias digitales* incluidas en este nuevo plan de estudio destacan:

- Herramientas digitales
- Mercadotecnia digital
- Manejo de datos organizacionales
- Unidades de aprendizaje que consideran temáticas que abordan: nominas, paquetes contables, SUA, IDSE, SIPARE, planificadores de recursos empresariales, simuladores de negocios, SAT, IMSS, INFONAVIT, entre otros.

Conocimiento de una lengua extranjera: se contempla incluir las unidades de Inglés I y II en tronco común, como una necesidad que se detectó en reuniones con los empleadores y egresados.

Perfil de egreso: se caracteriza por su sólida formación y avanzados conocimientos en materia de administración, que le permite desarrollar sus actitudes, habilidades

WIS Navarrete
G. Aguilar A. Silva
S. Aguirre
D.F. C. Guerra R.







y destrezas, capacidades para tomar decisiones, ejercer el liderazgo con un sentido de responsabilidad ética y social, su participación y promoción en procesos de transformación, amplia visión de las exigencias de un contexto globalizado y cambiante, en beneficio de la organización.

Por lo que el mapa curricular esta dividido en etapas básicas, disciplinaria y terminal, esto plasmado en áreas de conocimientos: administración organizacional, operaciones, finanzas, talento humano y formación complementarias.

El tronco común de dos semestres que incluyen destacando dos cursos de inglés, introducción a la administración, estadísticas, matemáticas, herramientas digitales, habilidades de redacción, introducción a la mercadotecnia, introducción a inteligencia de negocios, contabilidad, fundamentos de gestión turística, entre otras.

Se modificaron nombres, se actualizaron contenidos y se incluyeron nuevas unidades de aprendizaje en base a comentarios de expertos, grupos de interés y empleadores.

Al cierre de la presentación la maestra Hernández Bejarano se retira de la sala.

Punto No.5 de la orden del día

Siguiendo el orden del día, se le solicita a la Dra. Mónica Claudia Casa Páez, haga la presentación de la propuesta de modificación del programa educativo de la licenciatura en Mercadotecnia, teniendo la aprobación de los consejeros para que ingrese.

Menciona que es un trabajo colegiado a nivel DES, destacando las diferencias entre los planes actual y la propuesta, destacando en este nuevo proyecto:

- Tres áreas de especialización
- Dos materias en tronco común y ocho obligatorias
- Mercadólogo habilitado a trabajo independiente
- Principios éticos enfocados a la profesión
- Conocimiento actualizado de TI (Tecnologías de la Información) transversal
- Nuevas unidades de aprendizaje para robustecer área de especialización
- Nueva unidad de aprendizaje enfocada en precios
- Dos nuevas unidades de aprendizaje con temáticas de venta de aplicación práctica
- Normativa relevante al ejercicio del mercadólogo
- Unidades de aprendizaje optativas alineadas a las áreas de especialización
- Nuevo enfoque para análisis del consumidor
- Dos nuevas unidades de aprendizaje especializadas

luis
Navarrete

SAGIARIO DFC C. GUERRA R.



- Nueva unidad de aprendizaje de Mercadotecnia básica en tronco común
- Dos nuevas unidades de aprendizaje para fortalecer la experiencia en estancias profesionales

Se destacó que el trabajo realizado proviene de un estudio diagnóstico que se efectuó en los periodos (2018-2019) teniendo contacto y opiniones de empleadores, egresados, alumnos y docentes.

- Resultados principales:
 - o Entorno laboral internacional
 - o Desarrollo de capacidad analítica
 - o Capacidad de identificar áreas de oportunidad para nuevos negocios
 - o Área de desempeño laboral no atendida: consultoría

Derivado de esas reuniones se tuvo a bien proponer la:

Misión: Formar estrategias competentes para la toma de decisiones de Mercadotecnia que permitan a la organización cumplir con sus objetivos, colaborando de manera interdisciplinaria con las áreas funcionales que la componen para el mejoramiento de su oferta en congruencia con las necesidades y deseos de los consumidores.

Visión: Posicionar al egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia como un profesionista capaz de adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado, atendiendo a las necesidades particulares de la organización en que se desempeñe con ética, visión global y pertinencia.

En lo que respecta al perfil de ingreso se divide en Conocimientos generales en áreas económico administrativas, matemáticas y ciencias sociales, en lo que respecta a las habilidades se destacan comunicación oral y escrita, manejo de equipo de cómputo, resolución de problemas prácticos, análisis crítico, búsqueda de información, aprendizaje autodirigido y trabajo en equipos multidisciplinarios.

En cuanto al Objetivo general, se propone: Dotar al futuro mercadólogo de los conocimientos y habilidades requeridas en la práctica profesional del Licenciado en Mercadotecnia, contemplando los requerimientos actuales del campo laboral para su desempeño exitoso en las organizaciones coadyuvando al desarrollo económico de la región con ética profesional y visión global.

El tronco común se comparte con los siguientes programas los otros cinco programas educativos que se ofertan en la unidad académica.

Resaltó el hecho que se promoverán áreas de especialidad y que cada una de estas áreas está enfocada en la adquisición de competencias que definen la identidad del Mercadólogo. El nuevo plan de estudios de Licenciado en Mercadotecnia agrupa

Wis
Nivarrete

GABRIEL A. SILVA
SECRETARIO DEL C. GUERRA R.



sus conocimientos en 3 áreas de especialidad: Estrategias de Mercadotecnia, Investigación de Mercados, y Comercialización y Ventas.

En la especialidad de mercadotecnia se tiene como competencia: diseñar y gestionar planes estratégicos de mercadotecnia basados en el análisis del entorno para sustentar la propuesta de valor, con asertividad, versatilidad y profesionalismo, teniendo 14 asignaturas que la integran.

La que compete a Investigación de mercados, busca diseñar e implementar estudios de mercados que coadyuven a las organizaciones para la toma de decisiones y a la creación de nuevas unidades de negocio, mediante la aplicación de herramientas metodológicas, con responsabilidad social, pensamiento crítico y actitud emprendedora, con siete asignaturas.

Por último, la de comercialización y ventas busca: gestionar y evaluar estrategias de comercialización y comunicación, utilizando tecnologías de información actual y emergente, para asegurar la competitividad de las organizaciones, con creatividad, innovación, respeto y apego a la normatividad vigente, integrando ocho asignaturas.

Resalto que en cuestión de créditos el 78% son obligatorios y el 22 % optativos.

Las materias optativas consideradas son 21 repartidas en las tres etapas propuestas, básica, disciplinaria y terminal.

En cuanto a las habilidades blandas, la Dra. Casas mencionó que son el resultado de una combinación de habilidades sociales, de comunicación, de forma de ser, de acercamiento a los demás, entre otras; que forjan a una persona capaz de relacionarse y comunicarse de manera efectiva con otros, destacó que se ofertaran materias en Inglés como lo son Ethics in marketing, internal marketing Audit, personal branding, social listening, entre otras.

En lo que compete a las habilidades digitales, estas materias abordarán conocimientos que permiten al desarrollo de estas como lo son: herramientas digitales, finanzas aplicadas a la mercadotecnia, mercadotecnia de servicios, técnicas cuantitativas de investigación de mercados, diseño gráfico, mercadotecnia digital, entre otras siendo un total de 19 materias.

Lo más destacado en la propuesta comenta la Dra. Mónica fue que se buscó que este nuevo plan PlA promoción de la adquisición de vocabulario técnico de la profesión que permitirá a los egresados su desempeño laboral exitoso en un contexto multicultural, con 18 asignaturas en idioma Inglés, las cuales están dos en tronco común, ocho obligatorias y ocho optativas.

Luis
Wacarnete

Hugo
G. Abigail A. Silva
SPONSARIO OFI C. GUERRA R.



De esta manera cierra su presentación la Dra. Casas Páez, reiterando que este trabajo es esfuerzo en conjunto de los maestros que integran la facultad de turismo y mercadotecnia en Tijuana y docentes que conformaron el equipo a lo interno de la FCA, asesorados por personal de rectoría.

Punto No.6 del orden del día

De igual manera se solicita la anuencia del consejo para que permitan ingresar a la maestra Elda Areli Luque a la sesión para que comparta la presentación de propuesta de modificación del programa educativo Licenciado en Gestión turística, siendo favorable.

Inicia la presentación dando una breve reseña de los antecedentes del programa, seguido del resultado del análisis del mercado laboral en el que se destacan las habilidades que los empleadores requieren: dominio del idioma Inglés, el trabajo en equipo, capacidad de análisis y toma de decisiones, creatividad, emprendimiento, conocimiento de la cadena de valor; así como actitudes de empatía, proactividad, enfoque a resultados, compromiso, amabilidad y adaptabilidad.

Por su parte los egresados consideran:

- Inserción laboral en hotelería, eventos y el área de alimentos o bebidas es adecuada, por lo que debería mantenerse o fortalecerse la formación de competencias en estas tres áreas.
- El Inglés y otros idiomas han sido señalados por los egresados como un área de oportunidad para el éxito en el mercado laboral por lo que deberían aumentarse el número de unidades de aprendizaje que requirieran la construcción de competencias desarrollando ejercicios o productos integradores de aprendizaje en Inglés o un tercer idioma.

En cuanto al análisis de la profesión la maestra Luque menciona que Se reconoce al turismo como un campo de aplicación multidisciplinario que ha transitado de la especialización técnica, a la administración, a la gestión integral de las experiencias vinculadas al turista; que, del turismo para las élites, al turismo de masas y el turismo hiper especializado, la profesión se ha transformado, destacando los puntos siguientes a considerar:

- La profesión está vinculada a las empresas y espacios que se relacionan con turistas y actividades recreativas: hotelería, empresas de alimentos y bebidas, viajes, eventos, atracciones, transporte, promoción, comunicación y gestión de destino.
- El uso de tecnologías.
- La responsabilidad social y la sustentabilidad.

Luis Navarrete

C. Asyael Asille
SECRETARÍA DE C. GUZMÁN R

[Handwritten signatures]

[Vertical handwritten signatures]



Respecto al Perfil de ingreso: el estudiante que ingrese a la Licenciatura en Gestión Turística debe poseer las siguientes características: actitud de servicio, responsable y dinámico, emprendedor, respeto a la cultura nacional y facilidad para manejar el idioma Inglés.

En cuanto a la misión se busca: formar profesionales analíticos, críticos, propositivos y emprendedores capaces de diseñar estrategias en el sector turístico con visión global, liderazgo, valores y principios éticos, para contribuir al desarrollo integral local, regional y del país.

El objetivo general propuesto es: formar profesionistas que contribuyan con organizaciones turísticas en la gestión eficiente de recursos, la generación de productos y experiencias, el desarrollo de proyectos y servicios turísticos especializados a través de una cultura de calidad con ética profesional y criterios de sustentabilidad.


La maestra Luque mencionó que como perfil de egreso: es el profesionista que posee conocimientos de gestión turística, Administración, Mercadotecnia, Finanzas, calidad en servicios, innovación aplicada y lengua extranjera que le permiten gestionar la creación de empresas turísticas, así como desarrollarse en el área directiva de empresas y organismos del sector turismo.

Las competencias blandas se enfocan a la redacción de documentos académicos y administrativos, conocimiento y análisis de los objetivos de desarrollo sustentable así como el desarrollo de habilidades socioemocionales.

Respecto a las competencias digitales mediante el uso de software de comunicación, almacenamiento, proyectos, investigación y tratamiento de datos para coadyuvar al desarrollo de los procesos de una organización y su generación de información, con ética profesional, compromiso y trabajo colaborativo.

Hizo mención especial al conocimiento de una lengua extranjera esto procurando comunicar frases, expresiones y estructuras gramaticales del nivel básico del idioma Inglés, esto a través de Inglés I y II, adicionando en tercer semestre una asignatura que les permita aplicar protocolos de interacción orales y escritos para el turismo a través del idioma Inglés para diversas situaciones en temas de viajes, alimentos y bebidas, hospedaje, intermediarios turísticos y negocios con responsabilidad y apego a las diferencias culturales, siendo Specialized english for tourism. Asimismo, las materias en lengua extranjera que la propuesta incluye consideran International trends in tourism, integrated marketing communication for tourism businesses, asi como digital marketing for tourism companies.

Luis
Waukrocke

 C. Angel A. Silva
SECRETARIO DE C. GUERRA





El contenido por área se propone en Calidad cuatro asignaturas, innovación con cuatro, mercadotecnia con seis, administración con cuatro, finanzas con seis y gestión turística con 14, en cuanto a las optativas se proponen 18.

La maestra Elda, mencionó que existe un área de oportunidad para la incorporación de alumnos al ámbito laboral a partir de la obtención de un grado de Técnico Superior Universitario, además de los cambios en el plan de estudios, se integra dentro del plan de la licenciatura, el TSU en Hospitalidad y Turismo, El egresado del programa Técnico Superior Universitario en Hospitalidad y Turismo será competente para: Colaborar en empresas, servicios y productos que integran la industria de la hospitalidad para asegurar la experiencia y satisfacción de los diversos perfiles de clientes. Generando una cultura y espíritu de servicio, que permitan la adaptabilidad, solución de problemas con inteligencia emocional, creatividad, empatía y tolerancia. Operar productos y servicios turísticos especializados en hospitalidad a partir de las características y necesidades de un segmento, para atender las exigencias de la demanda y ampliar la oferta turística colaborando en la preservación del patrimonio natural y cultural de las regiones, con ética y creatividad.

Este esquema contemplaría etapa básica y disciplinar.

Se cierra su presentación indicando que se trabajo en conjunto con la facultad de Tijuana y Mexicali.

Punto No.7 del orden del día

En este punto se apertura la recepción de opiniones o comentarios respecto a las propuestas presentadas por los docentes, solicitando nuevamente autorización para el ingreso de los docentes presentadores para atender dichos comentarios.

Se especifica quienes están presentes para hacer valido su función dentro del consejo.

El presidente indica que se puede preguntar a través de mensaje en el chat o solicitando el uso de la palabra, tanto maestros como estudiantes consejeros, haciendo mención que se procederá posteriormente a someterlo ante consejo universitario

La Dra. Carrillo menciona que observa que no hay seriación en las materias ni seriación recomendada, lo que es algo que le preocupa al no tener un control sobre las asignaturas que cursan los alumnos, ya sea en caso de materias integradoras, o bien aquellas en las que los conocimientos previos son indispensables, menciona que esto al no tenerse puede crear problemas en los niveles de aprendizaje de los estudiantes, menciona como ejemplo el área de finanzas.

Luis
Warrrete

SAGRAPU
C. Angel A-siz
OFC C. GUZMAN R.




García
Página 9 de 15



Jiménez
MM
F.P.
S.



La M.A. Jackeline Hernández menciona que si hubo observación de expertos en ese rubro y que en particular en el área financiera si existen materias optativas para que los alumnos lo consideren.

Interviene la Dra. Carrillo especificando que su pregunta es si el estudiante no tendrá afectación al no tener conocimientos previos para cursar materias avanzadas al no tener seriación, o contar con bases para ello, reitera el caso de alumnos que tienen todo disponible para poder cursar materias de semestres avanzados sin tener bases y que esto no pudiera tenerse bajo control, por lo que ella considera que si se planteará una seriación sugerida para que los estudiantes valoren este esquema.

La maestra Hernández, indica que, si existe dicha seriación que quizá fue una omisión de su parte al no haberlo proyectado pero que, sí se cuenta con esa propuesta de seriación en las asignaturas, identificando materias previas para ir avanzando en los niveles terminales.

El Dr. Raúl González menciona lo importante que es dicha observación ya que es tiempo considerado para hacer adecuaciones o ajustes para que estas notas sean valoradas y de ser necesario que se contemple.

El alumno Luis Ángel Navarrete menciona que son muy buenos cambios los que se proponen.

Luis Navarrete

Interviene la Dra. Julieta Saldívar por autorización del presidente del consejo, indica que felicita a los miembros de los equipos por el arduo trabajo, y destaca la consideración del idioma Inglés ya que es una demanda que tiene tiempo requiriéndose por el mercado laboral, y en cuanto a la consideración de las tecnologías como otra necesidad que ya es inminente en las labores de los profesionistas. Indica que se reconsidere lo que mencionó la Dra. Carrillo por lo necesario de la seriación de los estudiantes.

La Dra. Zulema Cordova, felicita los equipos de trabajo para la modificación de los programas y lo importante de haber considerado las opiniones de los grupos de interés, hace mención de la importancia de las asignaturas en Inglés en tronco común con dos niveles, pero que le llama la atención que existen 10 materias optativas y 8 obligatorias en Inglés en la propuesta de mercadotecnia, cuestionando si esa base de los dos niveles les darán el soporte a los estudiantes para cursar dichas materias, ya que al presentarlas en Inglés el nombre y por lo tanto el PUA en su contenido será en Inglés, y si esto no generará un cuello de botella para elevar niveles de reprobación al no tener la certeza que los estudiantes están capacitados en el dominio del idioma.

SAG... C. Aguilar, A. Silva
C. GUZMÁN R.

Página 10 de 15

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



La Dra. Mónica Casas responde que se asume ese riesgo, ya que el idioma no debería ser un motivo de reprobación, ya que las clases serán bilingües y que todos los materiales de lectura y apoyo será en Inglés, para despertar el interés de los estudiantes al estar mas actualizado, por lo que es una obligación del mercadólogo estar al día, por lo que el dominio del Inglés será solo para que el material de consulta sea en dicho idioma, y considera que el hecho de no saber Inglés sea motivo de reprobación, y lo estarán familiarizando en el manejo del Inglés pueda hacer presentaciones en el idioma, no será un obstáculo sino un esfuerzo para los estudiantes y lo veremos con el mismo nivel para el tema de redacción en castellanos.

Por su parte la maestra Luque indica que de una manera se tiene que empezar en el tema del Inglés y que el alumno debe hacer un esfuerzo ya que no llegan sin conocimiento del idioma, y que llegan a la universidad como si no supieran, y que ya se debe correr la voz de que la UABC ya requiere dominio de Inglés, y que los que ingresen a FCA deben ponerse al día con el manejo del mismo, y que esto debe ser un gran avance si ya se ofertaran materias en Inglés, pero que ya deberían traer mínimo un tercer nivel, que esto es un aviso de que se deben poner a estudiar el idioma con seriedad, ya entraran más preparados.

La Dra. Karla Cervantes, hace una intervención mencionando que a los jóvenes se les debe requerir el idioma pero indica que si queda el registro de la materia en Inglés, debe darse en Inglés, ya que como se registra se imparte, pero si manejan que los jóvenes deben iniciar manejando bibliografía o investigando, eso es parte de los lineamientos, por lo que para eso debería ser política o criterio, ya que se debe quedar dentro de la materia como tal, ya que si se registra en Inglés pero se dará en español, entonces el docente no debe saber Inglés, pero si es como lo proponen el docente debe estar acreditado o certificado en el dominio del Inglés e impartirlo como se requiere, sino no se cumpliría en la competencia de la asignatura, y si consideran las ocho materias obligatorias en el idioma entonces si puede ser causal de elevar el índice de reprobación.

Luis Navarrete

El Dr. González reconoce que es importante considerar dichas observaciones para ver si esto tendrá impacto negativo o no.

La Dra. Mónica menciona que esto fue derivado de la internacionalización ya que por parte de la coordinación de vinculación requería que las PUAS se tradujeran y que esa labor se estuvo haciendo durante los semestres anteriores, y como parte de la respuesta ante rectoría se contempló que una necesidad era manejar una materia por semestre en idioma Inglés.

G. Angel A. Silva
SAGRARIO DFC C. GUZMÁN R.

Handwritten signatures and initials in blue ink.



La Dra. Cervantes menciona que entiende lo que se comenta, pero que debemos cuidar que la materia debe darse de acuerdo al idioma, y no cometer el error de impartirla en español ya que se caería en una situación contraria y pudiera tener implicación observada ante organismos acreditadores.

La Dra. Casas menciona que si es una necesidad que los docentes estén certificados en el dominio del Inglés, pero que no será causa de que el alumno no comprenda instrucciones, y que como escuela pública estamos obligados a brindar clases en idioma Inglés.

El Dr. González solicita que externen su comentario en el chat si están o no de acuerdo en la aprobación de las propuestas presentadas según el orden del día, por lo que es importante conocer su opinión al respecto, indicando su nombre y su nombramiento ante consejo técnico.

Por lo que se aprueba por parte del consejo técnico de la FCA las propuestas presentadas para la modificación de los programas de estudio de licenciado en Administración de empresas, licenciado en Mercadotecnia y licenciado en gestión turística así como la incorporación de programa de técnico superior universitario en hospitalidad y turismo.

Punto No.8 del orden del día

Al no haber más asuntos que tratar siendo las trece horas con diez minutos se da por clausurada la sesión ordinaria del Consejo Técnico De La Facultad De Ciencias Administrativas por parte del presidente y director Dr. Raúl González Núñez.

Para efectos legales que procedan se firma la presente minuta de la sesión por los consejeros autorizados para realizarlo.

Handwritten notes and signatures on the left margin:
Zulema
C. Argenteo / Asst. Inv.
SAGDARIO DEL C. GUZMAN R.

Handwritten signature of Raúl González Núñez
DR. RAÚL GONZÁLEZ NÚÑEZ
PRESIDENTE DEL CONSEJO TÉCNICO Y DIRECTOR DE LA FACULTAD

Handwritten signature of Zulema Cordova Ruiz
DRA. ZULEMA CORDOVA RUIZ
SECRETARIA DEL CONSEJO TÉCNICO Y CONSEJERO PROPIETARIO DOCENTE

**CONSEJEROS TÉCNICOS
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
DOCENTE**

CONSEJERO PROPIETARIO DOCENTE:

DRA. ZULEMA CÓRDOVA RUIZ

DRA. SOSIMA CARRILLO

M.T.I.C. GUADALUPE ABIGAIL ARREGUÍN SILVA

DR. RICARDO CHING WESMAN

DR. MARTIN FRANCISCO MONTAÑO HERNÁNDEZ

DR. JESÚS PEDRO MIRANDA TORRES

[Handwritten signatures and names in blue ink: Zulema Córdoba Ruiz, Sosima Carrillo, Guadalupe Abigail Arreguín Silva, Ricardo Ching Wesman, Martín Francisco Montaña Hernández, Jesús Pedro Miranda Torres]

CONSEJERO SUPLENTE DOCENTE:

DRA. LILIANA GUADALUPE GARCIA PEÑA

DRA. KARLA EMILIA CERVANTES COLLADO

DRA. CLAUDIA VIVIANA ÁLVAREZ VEGA

DRA. SANDRA JULIETA SALDÍVAR GONZÁLEZ

DRA. JESSICA LIZBETH CISNEROS MARTÍNEZ

DRA. SAGRARIO DEL CARMEN GUZMÁN RIZO

[Handwritten signatures and names in blue ink: Liliana Guadalupe García Peña, Karla Emilia Cervantes Collado, Claudia Viviana Álvarez Vega, Sandra Julieta Saldívar González, Jessica Lizbeth Cisneros Martínez, Sagrario del Carmen Guzmán Rizo]

CONSEJERO PROPIETARIO ALUMNO:

NANCY ANDREA PEREZ CANCHOLA

LUIS ANGEL NAVARRETE ARGIL

MARTHA ESPERANZA VINIEGRA CANCINO

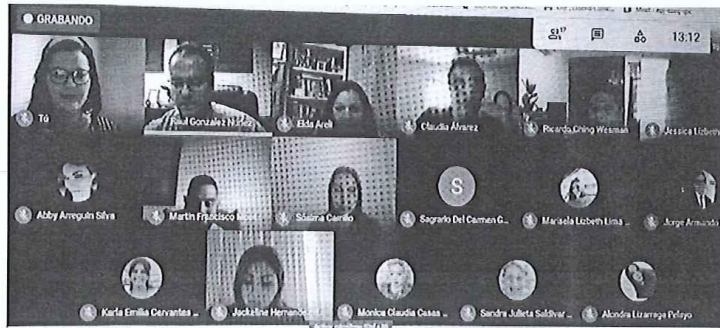
LIZBETH GUADALUPE VILLANUEVA FIGUEROA

LESLEY ISAHÍ NAVARRETE AGUILAR

BRANDO BLADIMIR REYES DUARTE

[Handwritten signatures and names in blue ink: Luis Navarrete Argil, Martha Esperanza Viniegra Cancino, Lizbeth Villanueva Figueroa, Lesley Isahí Navarrete Aguilar, Brando Bladimir Reyes Duarte]

[Handwritten notes in blue ink: Co. Abigail A. Silva, SAGRARIO DEL C. GUZMÁN R.]



[Handwritten signature]
Luis Navarrete
G. Angel A. silu
SABRARIU DEL C. GUZMAN R.

[Handwritten signatures and initials]
E
74
go
4
P
Página 14 de 15



01:00:00.000,01:00:00.000
Sandra Julieta Beltrán González: si

01:00:00.750,01:00:00.750
Luis Angel Navarrete Argüel: Son muy buenos cambios a los planes educativos y estoy de acuerdo con ellos

01:00:00.800,01:00:00.800
Sandra Julieta Beltrán González: Excelente propuestas

01:00:00.850,01:00:00.850
Alondra Lizarraga Palayo: Ah no, todo bien, que estoy de acuerdo con los planes educativos

01:00:00.900,01:00:00.900
Paul González Nunez: Muchas gracias Alondra Lizarraga.

01:00:00.950,01:00:00.950
María Emilia Cervantes Colador: Buen día, sin embargo sobre lo que comentó la Dra. Nuncio se puede utilizar en políticas y estrategias en cambio si se registra la materia en inglés debe impartirse en inglés

01:00:01.000,01:00:01.000
Nolana Cordero Ruiz: Estrictamente esto es la observación al contenido del PUN en inglés

01:00:01.050,01:00:01.050
Luis Angel Navarrete Argüel: Paso a este tema, tengo que ir a trabajar, digo a mi suplente en mi lugar, buena tarde para todos

01:00:01.100,01:00:01.100
Sistema Corellio: 21021 Sistema Corellio APOCMA20

01:00:01.150,01:00:01.150
Nolana Cordero Ruiz: 21027 Nolana Cordero Soy su aprobación

01:00:01.200,01:00:01.200
Martín Francisco Montano Hernández: 21746 Martín Francisco Montano Hernández
A Correo de que se sumen los cambios en Consejo Universitario

01:00:01.250,01:00:01.250
Jorge Armando Paredes Padilla: 1101664 Paredes Padilla Jorge Armando, Aprobado

01:00:01.300,01:00:01.300
Ricardo Ching Weaman: 14948 Ricardo Ching "Aprobado

01:00:01.350,01:00:01.350
Alondra Lizarraga Palayo: 0110193 Lizarraga Palayo alondra reprobande

01:00:01.400,01:00:01.400
Espirito Del Carmen Duran Ruiz: 21021 ESPRITO DEL CARMEN DURAN RUIZ APOCMA20.

01:00:01.450,01:00:01.450
Aby Areaguin Silva: Guadalupe Abigail Areaguin Silva" Aprobado

01:00:01.500,01:00:01.500
Marisela Lisseth Luna Vasquez: 1101240, Marisela Lisseth Luna Vasquez - aprobado.

01:00:01.550,01:00:01.550
Alondra Lizarraga Palayo: 0110193 villanueva Figueroa Lisseth-aprobado
Tiene problemas con internet

01:00:01.600,01:00:01.600
María Emilia Cervantes Colador: muy suplente

01:00:01.650,01:00:01.650
Sandra Julieta Beltrán González: No puede estar

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

Wis Navarrete

[Signature]

C. Arguel Aron

SAGRARIO DEL C. GUERRA JR.




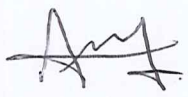
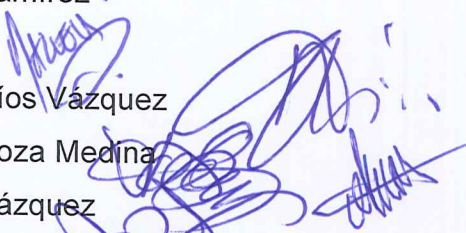
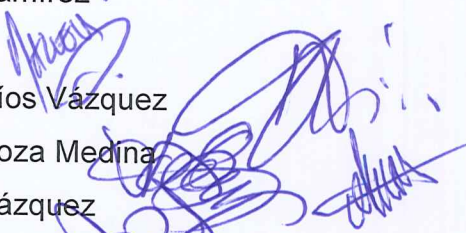
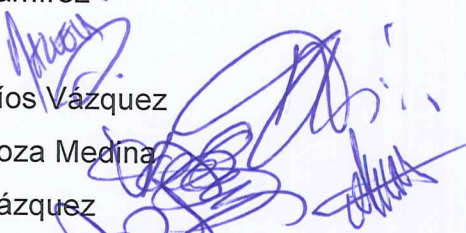
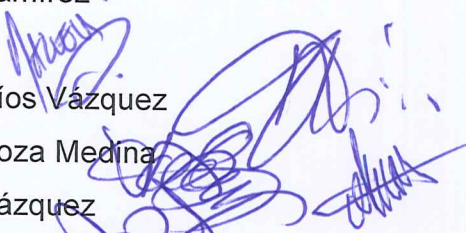
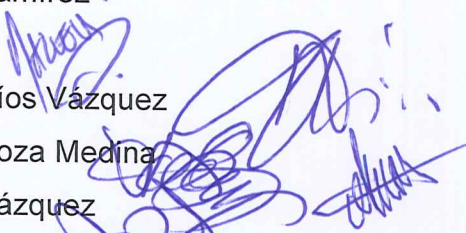
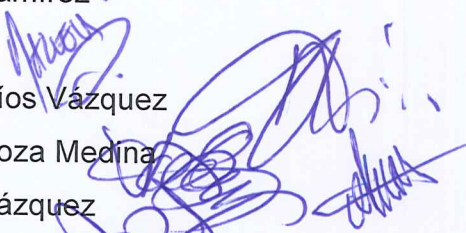
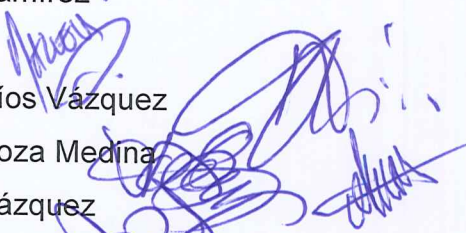

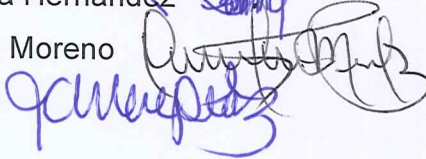


Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Turismo y Mercadotecnia

Los docentes abajo firmantes adscritos a la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, participaron en el diseño de programas de unidades de aprendizaje dentro del proceso de modificación del presente plan de estudios de Licenciado en Gestión Turística.

Nombre	Firma
1. Amparo López Vizcarra	
2. Angélica Murillo Alatorre	
3. Jorge Carlos Morgan Medina	
4. Ario Refugio Estrada Gaxiola	
5. Norma Yolanda Cortés Juárez	
6. Edith Martín Galindo	
7. Ma. Cruz Lozano Ramírez	
8. Martha Ofelia Lobo Rodríguez	
9. Omar Leonardo Valladares Icedo	
10. Gloria Quintana García	
11. Marisa Reyes Orta	
12. Enrique Borja Baez	
13. Alejandro Zazueta Valenzuela	
14. Freddy Sanchez Davila	
15. Ricardo Verján Quiñones	
16. Isabel Morteo Stolle	
17. José Olague de la Cruz	
18. Jhadiel Jonathan Vargas Rodríguez	
19. Ramon Vega Buelna	

Nombre	Firma
20. Jorge Quiroz Félix	
21. José Gabriel Ruiz Andrade	
22. Isaac Cruz Estrada	
23. Ana María Miranda Zavala	
24. Miguel Ángel Romo Ramírez	
25. Nadxilli López Pérez	
26. Adriana Guillermina Ríos Vázquez	
27. Javier Armando Espinoza Medina	
28. Onésimo Cuamea Velázquez	
29. Ana Lilia Sánchez Gaxiola	
30. Perla Guadalupe Herrera Hernández	
31. Omaira Cecilia Martínez Moreno	
32. Isis Arlene Díaz Carrión	


Directora
 Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez


Subdirectora
 Dra. Edith Martín Galindo



Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Ciencias Administrativas

Los docentes abajo firmantes adscritos a la Facultad de Ciencias Administrativas Unidad San Felipe participaron en el diseño de programas de unidades de aprendizaje dentro del proceso de modificación del presente plan de estudios de Licenciado en Gestión Turística.

Nombre

Firma

1. Alberto Domingo Núñez Ramírez
2. Arisbeth Rojas García
3. Danytza René Obeso Fajardo
4. Patricia Haros Delgado
5. Rosa Guadalupe Quintana Ruíz
6. Teresita De Jesús Patrón Gutiérrez

Handwritten signatures in blue ink corresponding to the list of names.

Director
Dr. Raúl González Núñez

Subdirectora
Dra. Adelaida Figueroa Villanueva



Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Ciencias Administrativas

Los docentes abajo firmantes adscritos a la Facultad de Ciencias Administrativas, participaron en el diseño de programas de unidades de aprendizaje dentro del proceso de modificación del presente plan de estudios de Licenciado en Gestión Turística.

Nombre

Firma

1. Abel Martínez Camacho

2. Alán Raúl Meza Guzmán

3. Alfredo Martínez Padilla

4. Ana María Margarita Rodríguez Durán

5. Andrea González Acevedo

6. Bertha Aíde Geraldo Orozco

7. Blanca Estela López López

8. Elda Areli Luque

9. Elizabeth Pérez Morales

10. José Luis Hernández Villegas

11. Juan Arturo Cedillo Marín

12. Julio César León Prieto

13. Marcela Reyes Pazos

p.a.

14. María Nadya Patricia Susana Camarena Colunga

15. Mayda González Espinoza

16. Miguel Ángel Contreras Gallardo

17. Rita Muñoz Cázares

18. Rodrigo Alfonso Ortega Avilés

19. Sergio Bernardino López

20. Sulema De Jesús Reyes Fonseca

21. Valderes Espinosa Castañeda

22. Luis Alberto Morales Zamorano

p.a.

Director
Dr. Raúl González Núñez

Subdirectora
Dra. Adelaida Figueroa Villanueva

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:** Inglés I
- 5. Clave:**
- 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

Adriana Alcalde Morán
Victor Enrique Bañagas Hernández
Claudia Serna Rocha
Elda Areli Luque
Miguel Ángel Contreras Gallardo
Rita Muñoz Cázares

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

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: 25 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Promover en el estudiante sin o con un mínimo de conocimiento previo del idioma extranjero, el desarrollo inicial de las cuatro habilidades comunicativas del idioma (expresión oral y escrita, lectura y comprensión auditiva), integrando a su vez aspectos gramaticales, de léxico, de habilidades de pensamiento crítico y de cultura básicos que le permitan comunicarse en las actividades a realizarse en el aula, y en algunas situaciones familiares y/o sociales utilizando frases y oraciones muy sencillas.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Comunicar expresiones y frases sencillas de uso cotidiano del idioma inglés en un primer nivel o A1 con base al Marco Común Europeo de Referencia (MCER), utilizando palabras aprendidas en conversaciones sencillas, textos breves relativas a personas, lugares, saludos, ocupaciones, nombres propios y comunes, números telefónicos, siempre y cuando el interlocutor hable de una manera lenta y clara para que el alumno asimile el significado, todo esto en un ambiente de respeto y responsabilidad, dentro y fuera del aula con una actitud creativa y colaborativa.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

- Redacta textos breves utilizando el vocabulario y estructuras gramaticales apropiadas, puntuación, unidad y coherencia de acuerdo al proceso de la escritura.
- Presenta en parejas y en grupo diálogos sencillos y cortos, donde expresa ideas claras utilizando vocabulario y gramática adecuados y con pronunciación comprensible.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Saludar y Despedirse

Competencia:

Adquirir de manera oral y escrita vocabulario básico para saludar y despedirse proporcionando datos generales sobre su persona, utilizando vocabulario relacionado con ocupaciones y números telefónicos en inglés, en un ambiente de apertura y respeto.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 1.1. Functional Competences
 - 1.1.1. Tell someone your first and last name
 - 1.1.2. Identify your classmates
- 1.2. Vocabulary
 - 1.2.1. Alphabet
 - 1.2.2. Different occupations
 - 1.2.3. Numbers
- 1.3. Linguistic Competences
 - 1.3.1. Verb be:
 - 1.3.1.1. (+) (-) (?) forms
 - 1.3.1.2. There is/are (+), (-), (?), & articles a-an
 - 1.3.1.3. Be: yes/no questions
- 1.4. Phonetics
 - 1.4.1. Syllables
 - 1.4.2. Stress in two word pairs
 - 1.4.3. Intonation: yes/no questions
 - 1.4.4. Information questions

UNIDAD II. Presentarse

Competencia:

Estructurar de forma oral y escrita oraciones sencillas y eventos que ocurren en la vida cotidiana, utilizando vocabulario relacionado con descripción de personas, costumbres y tradiciones, con una actitud de respeto, responsabilidad y disciplina dentro del aula.

Contenido:

Duración: 2 horas

2.1. Functional

2.1.1. Introduce people

2.1.2. Get someone's contact information

2.2. Vocabulary

2.2.1. Adjectives to describe places and people

2.2.2. Relationships (non-family)

2.3. Linguistic Competences

2.3.1. Possessive nouns and adjectives

2.3.2. Verb to be:

2.3.2.1. Information questions

2.4. Phonetics

2.4.1. Vocabulary

2.4.2. Sentence stress

2.4.3. Plural nouns

2.4.4. "Th" sound

UNIDAD III. El vecindario

Competencia:

Comunicar en forma oral y escrita, situaciones relacionadas con el vecindario, elaborando pequeños diálogos y textos, empleando vocabulario de lugares, medios de transporte y destinos, con una actitud de colaboración y respeto.

Contenido:

Duración: 2 horas

3.1. Functional Competences

3.1.1. Talk about locations

3.1.2. Discuss how to get places

3.1.3. Discuss transportation

3.2. Vocabulary

3.2.1. Places and destinations

3.2.2. Way to get places

3.2.3. Means of transportations

3.3. Linguistic Competences

3.3.1. Verb be:

3.3.1.1. The imperative

3.3.1.2. "By" to express means of transportation

3.4. Phonetics

3.4.1. Vocabulary

3.4.2. Raising and falling intonation of questions

UNIDAD IV. La familia

Competencia:

Describir en forma oral y escrita, a los miembros de la familia, utilizando adjetivos calificativos y la edad para dar información personal y precisa, dentro de un ámbito de comunicación y respeto.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 4.1. Functional competences
 - 4.1.1. Your relatives
 - 4.1.2. Talk about your family
- 4.2. Vocabulary
 - 4.2.1. Family relationships
 - 4.2.2. Numbers 21-101
- 4.3. Linguistic Competences
 - 4.3.1. Verb be:
 - 4.3.1.1. With adjectives
 - 4.3.1.2. Adverbs very and so
 - 4.3.1.3. Verb have-has: affirmative and negative
- 4.4. Phonetics
 - 4.4.1. Number contrast

UNIDAD V. El tiempo

Competencia:

Estructurar de forma oral y escrita por medio de oraciones, actividades y fechas importantes, haciendo uso de vocabulario de días de la semana, meses del año y números ordinales, participando en forma colaborativa y respetuosa en el aula.

Contenido:

Duración: 2 horas

5.1. Functional Competences

5.1.1. Confirm that you're on time

5.1.2. Talk about the time of an event

5.2. Vocabulary

5.2.1. Early, on time, late

5.2.2. Events

5.2.3. Days of the week

5.2.4. Ordinal numbers

5.2.5. Months of the year

5.3. Linguistic Competences

5.3.1. Verb be:

5.3.1.1. Questions about time

5.3.1.2. Prepositions in, on, and at for dates and times

5.3.1.3. Common errors

5.4. Phonetics

5.4.1. Sentence rhythm

UNIDAD VI. La Ropa

Competencia:

Emplear en forma oral y escrita las preferencias de vestimenta, practicando el vocabulario de las diferentes prendas de vestir y solicitando ayuda a empleados de tiendas departamentales, participando con respeto y colaboración en el aula.

Contenido:

Duración: 2 horas

6.1. Functional Competences

- 6.1.1. Give and accept a compliment
- 6.1.2. Ask for colors and sizes
- 6.1.3. Describe Clothes

6.2. Vocabulary

- 6.2.1. Clothes
- 6.2.2. Colors and sizes
- 6.2.3. Opposite adjectives to describe clothes

6.3. Linguistic Competences

- 6.3.1. Demonstratives this, that, these, those
- 6.3.2. The simple present tense: like, want, need and have
- 6.3.4. Questions and short answers
- 6.3.5. Spelling rules and contractions

6.4. Phonetics

- 6.4.1. Plural endings

UNIDAD VII. Rutina diaria

Competencia:

Comunicar en forma oral y escrita actividades y rutinas cotidianas, utilizando el tiempo presente simple, adverbios de frecuencia y vocabulario relacionado con actividades de ocio y quehaceres domésticos, en un ambiente de colaboración y respeto.

Contenido:

Duración: 2 horas

7.1. Functional Competences

7.1.1. Talk about morning and evening activities

7.1.2. Discuss household chores

7.2. Vocabulary

7.2.1. Activities at home

7.2.2. Leisure activities

7.2.3. Household chores

7.3. Linguistic Competences

7.3.1. Third person singular spelling rules

7.3.2. Questions with how often, time expressions and frequency adverbs

7.3.3. Questions with Who as subject, common errors

7.3.4. Usage, placement and common errors

7.4. Phonetics

7.4.1. Third person singular verb ending

UNIDAD VIII. El Hogar

Competencia:

Describir en forma oral y escrita su hogar y su vecindario, empleando vocabulario de tipos de edificios, lugares, partes de la casa y muebles del hogar, fortaleciendo su confianza en el manejo de la lengua al hacer presentaciones y participando en clase.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 8.1. Functional competences
 - 8.1.1. Describe your neighborhood
 - 8.1.2. Ask about someone's home
 - 8.1.3. Talk about furniture and appliances
- 8.2. Vocabulary
 - 8.2.1. Types of building
 - 8.2.2. Rooms
 - 8.2.3. Furniture and appliances
- 8.3. Linguistic competences
 - 8.3.1. Prepositions of place
 - 8.3.2. Contractions and common errors
 - 8.3.3. Questions with How many
- 8.4. Phonetics
 - 8.4.1. Linking sounds

UNIDAD IX. ¿Cómo está el clima?

Competencia:

Expresar en forma oral y escrita acciones presentes y planes futuros, utilizando vocabulario del estado del tiempo y actividades diversas, participando en un ambiente de respeto y colaboración en el aula.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 9.1. Functional competences
 - 9.1.1. Describe today's weather
 - 9.1.3. Discuss plans
- 9.2. Vocabulary
 - 9.2.1. Weather expressions
 - 9.2.2. Present and future time expressions
- 9.3. Linguistic competences
 - 9.3.1. The present continuous
 - 9.3.2. Statements: form and usage
 - 9.3.3. For future plans
 - 9.3.4. The present participle: spelling rules
- 9.4. Phonetics
 - 9.4.1. Rising and falling intonation of yes/no and information questions

UNIDAD X. La comida

Competencia:

Identificar las diferencias entre los sustantivos contables y no contables, apoyándose en vocabulario de alimentos, destacando similitudes y diferencias con la lengua materna con actitud reflexiva y responsable

Contenido:

Duración: 2 horas

10.1. Functional competences

10.1.1. Describe foods and drinks

10.1.2. Ask for food

10.2. Vocabulary

10.2.1. Foods and drinks

10.3. Linguistic Competences

10.3.1. Count nouns and non-count nouns

10.3.2. Questions with how much and how many

10.3.3. Meaning form and common errors

10.4. Phonetics

10.4.1. Vowel sounds

UNIDAD XI. El pasado

Competencia:

Estructurar oraciones en tiempo pasado simple de manera oral y escrita, mediante vocabulario de actividades al aire libre, expresiones de tiempo, verbos regulares e irregulares, haciendo referencia a eventos importantes en su vida, con actitud reflexiva, respetuosa y responsable.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 11.1. Functional Competences
 - 11.1.1. Tell someone about a past event
 - 11.1.2. Describe past activities
- 11.2. Vocabulary
 - 11.2.1. Past-Time expressions
 - 11.2.2. Outdoor activities
- 11.3. Linguistic Competences
 - 11.3.1. The past tense of be
 - 11.3.2. The simple past tense
 - 11.3.3. Regular verbs, irregular verbs
 - 11.3.4. Statements questions
- 11.4. Phonetics
 - 11.4.1. Simple past tense regular verbs ending

UNIDAD XII. La apariencia

Competencia:

Describir, de forma oral y escrita, la apariencia personal, utilizando vocabulario de las partes del cuerpo, accidentes, lesiones, remedios y alimentos, en un entorno de participación y respeto.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 12.1. Functional competences
 - 12.1.1. Describe appearance
 - 12.1.2. Show concern about an injury
 - 12.1.3. Suggest a remedy
- 12.2. Vocabulary
 - 12.2.1. Face and parts of the body
 - 12.2.2. Accidents and injuries
 - 12.2.3. Ailments and remedies
- 12.3. Linguistic competences
 - 12.3.1. Describing people with be and have
 - 12.3.2. Should + base form for advice
- 12.4. Phonetics
 - 12.4.1. More vowels sound

UNIDAD XIII. Hablar de deseos

Competencia:

Expresar deseos de forma oral y escrita, incluyendo vocabulario de habilidades, favores, adverbios y razones para aceptar o rechazar una invitación, participando de manera activa y respetuosa en el aula.

Contenido:

Duración: 2 horas

13.1. Functional Competences

13.1.1. Politely decline an invitation

13.1.2. Ask for and agree to do a favor

13.2. Vocabulary

13.2.1. Abilities

13.2.2. Adverbs well and badly

13.2.3. Reason for not doing something

13.2.4. Favors

13.3. Linguistic Competences

13.3.1. Can and can't for ability

13.3.2. Too + adjective, common errors

13.3.3. Polite request with Could you + base form

13.4. Phonetics

13.4.1. More vowel sounds

UNIDAD XIV. Planes a futuro

Competencia:

Describir planes futuros de manera oral y escrita, apoyándose en vocabulario de asignaturas académicas, actividades de ocio y etapas de la vida, en un entorno de participación y respeto.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 14.1. Functional Competences
 - 14.1.1. Get to know someone's life story
 - 14.1.2. Discuss plans
 - 14.1.3. Express wishes for the future
- 14.2. Vocabulary
 - 14.2.1. Some life events
 - 14.2.2. Academic subjects
 - 14.2.3. Life cycle events
- 14.3. Linguistic Competences
 - 14.3.1. Be going to + base form
 - 14.3.2. Would like + infinitive
 - 14.3.3. Contractions
- 14.4. Phonetics
 - 14.4.1. Diphthongs

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Producción oral	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentarse ante el grupo destacando nombre, edad, gustos, ocupación, etcétera. 2. Preguntar a los compañeros de clases por información sobre sus gustos, preferencias, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Reproductor de audio. 	2 horas
2	Gramática	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Escribir frases en sus formas positivas y negativas con el uso del verbo Be. 3. Comparar las frases con compañeros de clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
UNIDAD II				
3	Gramática	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Realizar preguntas de información que incluya palabras de preguntas. 3. Escribir frases con el uso de sustantivos y adjetivos posesivos. 4. Comparar las preguntas y frases con compañeros de clases. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
UNIDAD III				
4	Instrucción y ubicación para desplazamiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Escribir y comunicar frases en imperativo en presente sencillo. 3. Comparar las frases con compañeros de clases. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas

		4. Preguntar sobre direcciones y medios de transporte para moverse dentro de una localidad.		
UNIDAD IV				
5	Números	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Escribir y pronunciar los números del 21 al 101. 3. Practicar los número con compañeros de equipo. 4. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	1 hora
6	Adverbios y verbo “have”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escribir y comunicar frases que integren los adverbios “very and so” y “have-has”. 2. Comparar las frases con compañeros de clases. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
UNIDAD V				
7	Las fechas y el tiempo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Practicar fechas: días, meses y años. 3. Preguntar y dar la hora utilizando las preposiciones “in, on and at” 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
UNIDAD VI				
8	Gustos, preferencias y adjetivos demostrativos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar verbos para expresar preferencias y gustos en presente sencillo. 2. Escribir y comunicar frases utiizando adjetivos demostrativos. 3. Comparar las frases con compañeros de clases. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas

UNIDAD VII				
9	Expresiones de tiempo y de frecuencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Formular preguntas a los compañeros sobre el tiempo y responder utilizando los adverbios de frecuencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	1 hora
UNIDAD VIII				
10	Preposiciones de sitio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Formular preguntas a los compañeros con “how many” y responder utilizando vocabulario sobre el hogar con preposiciones de sitio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
UNIDAD IX				
11	El clima	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Escribir y comunicar expresiones sobre el clima utilizando las variantes del presente continuo (presente y con connotaciones a futuro). 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
UNIDAD X				
12	Sustantivos contables y no contables	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Escribir y comunicar recetas usando “count nouns and non-count nouns” 3. Elaborar y responder preguntas con “how many and how much”. 4. Comparar las recetas con compañeros de equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
UNIDAD XI				
13	El pasado sencillo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. 	3 horas

		<ol style="list-style-type: none"> Utilizando expresiones en pasado, se elaboraran oraciones y preguntas poniendo en uso el verbo Be y los verbos Regulares e Irregulares. Comparar las oraciones con compañeros de equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> Proyector. Reproductor de audio. Internet. 	
UNIDAD XII				
14	El cuerpo y apariencia.	<ol style="list-style-type: none"> Formarse en equipos. Realizar descripciones de personas utilizando el verbo “Be y Have” con ayuda de vocabulario sobre el cuerpo y apariencia. Comparar las descripciones con compañeros de equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> Libro de ejercicios base de la asignatura. Proyector. Reproductor de audio. Internet. 	2 horas
UNIDAD XIII				
15	Peticiones corteses y el verbo “can” como habilidad.	<ol style="list-style-type: none"> Utilizando los modales “can and could” elaborar expresiones de habilidad y peticiones corteses. Realizar oraciones con “too” y adjetivos evitando los errores comunes. Comparar las oraciones con compañeros de clases. 	<ul style="list-style-type: none"> Libro de ejercicios base de la asignatura. Proyector. Reproductor de audio. Internet. 	2 horas
UNIDAD XIV				
16	Planes de futuro	<ol style="list-style-type: none"> Formarse en equipos. Expresar planes a futuro utilizando la combinación gramática “be goin to and would like”. Comparar las planes con compañeros de equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> Libro de ejercicios base de la asignatura. Proyector. Reproductor de audio. Internet. 	3 horas

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.

Estrategias de enseñanza y de aprendizaje:

El curso se desarrollará con la participación activa, tanto por parte del maestro, como del alumno. El rol del maestro será de guía y facilitador del aprendizaje, en tanto el alumno deberá comprometerse y ser responsable de su propio aprendizaje, así como activo y participativo.

La metodología de la enseñanza de un idioma como lengua extranjera, parte de la amplitud del concepto de competencia comunicativa y propone la construcción, por parte del estudiante, de sus propios conocimientos. Para ello emplea estrategias didácticas que favorecen el aprendizaje autónomo, significativo, cooperativo y basados en lo cognitivo, humanístico y comprensión de información significativa.

Asimismo, se ejercita en la reflexión y desarrollo de actitudes y valores favorables al aprendizaje y la convivencia con sus semejantes. En los niveles básicos son recomendables los enfoques más estructurados, pero que contribuyen día a día a la construcción de la autonomía en el aprendizaje y uso de los diferentes elementos de la competencia comunicativa.

Modelos de enseñanza como el de Presentación-Práctica-Producción (PPP); Involucrar-Estudiar-Activar (ESA por sus siglas en inglés); o las técnicas de la Respuesta Física Total (TPR) proveen de herramientas metodológicas y técnicas adecuadas que parten de manera paulatina a partir de las actividades controladas por el maestro hacia la mayor autonomía, siempre tomando en cuenta los conocimientos y experiencias previas del estudiante que deben obtener para enriquecer el aprendizaje del grupo y encaminarlo al fin esencial de un idioma: La comunicación para satisfacer necesidades intelectuales, materiales y afectivas.

En el proceso de adquisición y aprendizaje de la competencia comunicativa, el estudiante realiza actividades diversas en el aula, como son las dramatizaciones, repetición e improvisación de diálogos cortos similares a los de la vida real, actividades auditivas para completar información (Information gaps), presentaciones breves, discusiones, trabajo en parejas o pequeños grupos de tareas, redacción de textos prácticos breves, lecturas activas mediante estrategias explícitas, etcétera.

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

- Exámenes parciales escritos.....	40%
- Exámenes orales y presentaciones individuales y grupales.....	20%
- Trabajos, proyectos y tareas.....	20%
- Participación interactiva.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

Ascher A., & Saslow, J. M. (2015). *Top Notch Fundamentals (3rd. Ed.)*. Pearson Longman. [clásica]

Soars, J., & Soars, L. (2001). *American Headway 1. Proven success beyond the classroom*. Oxford. [clásica]

Soars, J., & Soars, L. (2002). *American Headway Starter*. Oxford University Press. [clásica]

Complementarias

Harmer, J. (1998). *How to Teach English*. Longman. [Clásico]

Murphy, R. (1995). *Grammar in Use*. Cambridge University Press. [Clásico]

Schramper, B. (2003). *Fundamentals of English Grammar (3rd ed.)*. Longman. [Clásico]

Shaw, H. (1993). *Errors in English and ways to correct them (4th ed.)*. Harper Perennial. [Clásico]

X. PERFIL DEL DOCENTE

Licenciado en Enseñanza de Lenguas, Licenciado en Idiomas, Licenciado en Traducción, Profesionista certificado en Lenguas o que demuestre dominio de idiomas. Con experiencia docente en la educación superior. Que sea responsable, organizado, empático con los estudiantes y motivador en el dominio de un segundo idioma.

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:** Desarrollo de Habilidades Socioemocionales
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 01 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 05**
- 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

Yessica Martínez Soto
Benilde García Cabrero
Salvador Ponce Ceballos

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: 11 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El estado actual de avance tecnológico, científico y social que caracteriza la Cuarta Revolución Industrial, encuadra nuevos retos en cuanto a la formación de profesionales. Durante la última, organismos como la OCDE, UNESCO y la ANUIES (en nuestro país), han puesto de manifiesto un discurso que resalta la importancia de que además de contribuir al desarrollo de competencias cognitivas, se deben implementar (desde las instituciones educativas) espacios formativos para el desarrollo de competencias socioemocionales. En relación a lo anterior, el Modelo Educativo de la Universidad Autónoma de Baja California hace referencia a un envoltorio formativo sustentado en la educación para toda la vida y el desarrollo de competencias interpersonales, que promueva el ser y hacer de ciudadanos empáticos y socialmente responsables.

Dado lo anterior, el propósito de la presente unidad de aprendizaje es que la población estudiantil comprenda el carácter adaptativo de las emociones y el desarrollo de habilidades socioemocionales como base para el enriquecimiento del proceso formativo y la construcción de un proyecto de desarrollo personal y profesional que le permitan una mejor inserción y desenvolvimiento en el campo laboral.

Esta asignatura se imparte en la etapa básica del Tronco Común de Ciencias Económica Administrativa y es de carácter obligatorio.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar el carácter adaptativo de las emociones y estados de ánimo como condiciones fundamentales en el desempeño cognitivo, afectivo y conductual, a través de la implementación de estrategias de autoconocimiento y autorregulación que permitan mejorar los estados de bienestar y las relaciones interpersonales, para la elaboración de un proyecto de vida y carrera con responsabilidad, compromiso, así como pensamiento crítico y autorreflexivo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora plan de vida y carrera con base en el desarrollo de habilidades socioemocionales, que comprenda el diseño de objetivos y metas en las diferentes etapas de desarrollo personal, profesional y laboral.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Emociones y sus bases biológicas

Competencia: Identificar el concepto de emoción y sus componentes, a través del estudio de los procesos de respuesta fisiológica implicados, que permita la función adaptativa, social y motivacional de las emociones en el contexto de las relaciones interpersonales, con autenticidad y congruencia.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1 Constructo de emoción, rasgos afectivos y estados de ánimo
- 1.2 Componentes de las emociones
 - 1.2.1 Cognitivo
 - 1.2.2 Conductual
 - 1.2.3 Respuesta fisiológica
- 1.3 Microexpresiones emocionales
- 1.4 Función adaptativa, social y motivacional de las emociones

UNIDAD II. Tipología de las emociones y estados emocionales

Competencia: Clasificar los diferentes tipos de emociones a partir de sus características y orden, para favorecer la auto-identificación en los diferentes estados emocionales y su relación con el ámbito personal, académico, social y estético, con objetividad, empatía, responsabilidad y honestidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1 Emociones de primer orden (emociones básicas)
- 2.2 Emociones de segundo orden (estados emocionales)
- 2.3 Otras clasificaciones
 - 2.3.1 Emociones positivas y emociones negativas
 - 2.3.2 Emociones académicas
 - 2.3.3 Emociones sociales
 - 2.3.4 Emociones estéticas

UNIDAD III. Habilidades socioemocionales, constructo y clasificación.

Competencia: Clasificar las habilidades socioemocionales a través de su conceptualización y elementos que las integran, para fomentar su aplicación en el ámbito intrapersonal e interpersonal, y un mejor desempeño en las capacidades cognitivas, de resolución de problemas, de colaboración y de convivencia, con actitud empática, colaboración, tolerancia y respeto por la diversidad.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 3.1 Concepto de Habilidades Socioemocionales
- 3.2 Habilidades Socioemocionales intrapersonales
 - 3.2.1 Autoconocimiento
 - 3.2.2 Autorregulación
 - 3.2.3 Adaptabilidad
 - 3.2.4 Sentido de agencia
 - 3.2.5 Autoestima
 - 3.2.6 Autonomía
- 3.3 Habilidades Socioemocionales interpersonales
 - 3.3.1 Empatía
 - 3.3.2 Comunicación
 - 3.3.3 Trabajo colaborativo
 - 3.3.4 Sensibilidad
 - 3.3.5 Bondad
 - 3.3.6 Reconocimiento a la diversidad
- 3.4 Habilidades Socioemocionales cognitivas
 - 3.4.1 Pensamiento crítico
 - 3.4.2 Creatividad
 - 3.4.3 Solución de problemas
- 3.5 Habilidades Socioemocionales para la convivencia, la conciencia social y la colaboración

UNIDAD IV. Proyecto de vida y carrera con base en el desarrollo de habilidades socioemocionales

Competencia: Diseñar un proyecto de vida y carrera a través de la identificación de metas personales, académicas, profesionales, laborales y de actualización, que favorezcan al compromiso con el proceso formativo y la futura inserción en el mundo laboral, con actitud de compromiso, autenticidad, proactividad y responsabilidad profesional.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1 Metas personales
- 4.3 Metas académicas
- 4.4 Metas profesionales
 - 4.4.1 Metas laborales
 - 4.4.2 Metas de actualización profesional

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Clasificación de emociones y microexpresiones faciales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para clasificar emociones y microexpresiones faciales 2. De manera individual realiza una investigación documental y audiovisual sobre la clasificación de emociones y microexpresiones faciales 3. Elabora en Word un cuadro de doble entrada con la descripción de las microexpresiones faciales 4. Comparte la evidencia con el docente 	Literatura Reportes de lectura Procesador Word	2 horas
UNIDAD II				
2	Autoevaluación de estados emocionales. Diario emocional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la construcción de un diario emocional 2. De manera individual elabora en una plantilla de Word un registro semanal que contenga la siguiente estructura: situación, emoción, causa, intensidad, duración, evaluación. 3. Comparte la evidencia con el docente 5. Participa en un plenario con los resultados del ejercicio 	Literatura Reportes de lectura Procesador Word	4 horas
UNIDAD III				

3	Tipología de HSE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la elaboración del compendio sobre la tipología de las HSE 2. De manera individual integra un compendio de ejemplos gráfico-visuales para cada una de las habilidades socioemocionales según su categorización. 3. Comparte la evidencia con el docente 4. Participa en un plenario con los resultados del ejercicio 	Literatura Reportes de lectura Procesador Word Material videográfico	4 horas
UNIDAD IV		4.		
4	Proyecto de vida y carrera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la construcción de un Proyecto de vida y carrera. 2. Construye en formato Word, un proyecto de vida y carrera que contenga los siguientes elementos: metas personales, académicas, profesionales, laborales y de actualización, sustentado en el desarrollo de habilidades socioemocionales. 5. Comparte la evidencia con el docente 	Literatura Reportes de lectura Protocolo de Proyecto de Vida y Carrera Procesador Word	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

La metodología de trabajo se basa en el enfoque participativo mismo que facilitará la integración de la experiencia individual y colectiva en la apropiación de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura.

Encuadre: El primer día de clase el docente se presentará la unidad de aprendizaje, el programa y calendario de trabajo, los criterios de evaluación y acreditación, así como los requerimientos de la presentación de las evidencias.

Estrategia de enseñanza (docente):

Implementará estrategias que favorezcan la reflexión individual y colectiva sobre la apropiación conceptual y práctica de las habilidades socioemocionales, entre ellas la presentación de textos, ilustraciones y material audiovisual; uso de preguntas, organizadores previos y analogías, así como el desarrollo de ejercicios de lectura independiente, cooperativa y guiada.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Se desarrollarán estrategias de aprendizaje significativo que permitan la apropiación conceptual y práctica de las habilidades socioemocionales, entre ellas la elaboración de reflexiones, inferencias, resúmenes, diario de emociones, mapas conceptuales y redes semánticas, así como la participación en foros y plenarias, aunado a la atención puntual de las indicaciones del docente.

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

- Reportes de lectura 20%
- Desarrollo de ejercicios 15%
- Foros y debates 15%
- Reflexión final 20%
- Plan de vida y carrera 30%

Total 100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Chaitnaya, K. (2018). Soft Skills to Complement Professional Students' Technical Skills to Enhance their Employability Rate. <i>Language in India</i>. 18(12) pp. 52-61</p> <p>Fajar, A., Cantner, U. (2018). Soft Skills, hard skills, and individual innovativeness. <i>Eurasian Bus Rev.</i> 8, pp. 139-169 https://doi.org/10.1007/s40821-017-0076-6</p> <p>García, A. (2019). Neurociencia de las emociones: la sociedad vista desde el individuo. Una aproximación a la vinculación sociología-neurociencia. <i>Sociológica (México)</i>, 34(96), 39-71</p> <p>García B., Pineda, V. (2019). Motivación y emociones: ingredientes esenciales del interés y el involucramiento en el aprendizaje en línea. <i>Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia</i>. 11(21) pp. 131-139</p> <p>García, B., (2018). Las habilidades socioemocionales, no cognitivas o blandas: aproximaciones a su evaluación. <i>Revista Digital Universitaria</i>. 19 (6) pp.1-17 DOI: http://doi.org/10.22201/codeic.16076079e.2018.v19n6.a5</p> <p>Hernández, Z., Trejo, Y., Hernández, M. (2018). El desarrollo de habilidades socioemocionales de los jóvenes en el contexto educativo. <i>Red. Poniéndose al día</i>. INEE. pp.88-97.</p> <p>Huerta, M. (2019). Evaluación de habilidades socioemocionales y transversales: un estado del arte. <i>Diálogos</i>.</p> <p>Klieger, D., Kell, H., Rikoon, S., Burkander, K., Bochenek, J., Shore, Jane. (2018). Development of the behaviorally anchored rating scales for the skills demonstration and profession guide. <i>ETS Research Report Series</i>. Pp. 18-24</p> <p>Pekrun, R. (2014) Emotions and Learning. UNESCO [Clásica]</p> <p>Pinos, K. (2018, April 10) Compassion, tranforming our lives and the world. Recuperado de</p>	<p>Bisquerra, R. (2012). <i>¿Cómo educar las emociones? La inteligencia emocional en la infancia y en la adolescencia</i>. Barcelona: Hospital Sant Joan de Déu. [Clásica]</p> <p>Bisquerra, R. (2003). Educación Emocional y competencias Básicas para la Vida, <i>Revista de Investigación Educativa</i>. 21 (1) pp. 7-43 [Clásica]</p> <p>Bericat, E. (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. <i>Papers. Revista de Sociología</i>. Disponible en: https://papers.uab.cat/article/view/v62-bericat/pdf-es [Clásica]</p> <p>Brocano, F. (2006). Consideraciones epistemológicas acerca del sentido de agencia. <i>Logos</i>. 39 pp. 7-27 [Clásica]</p> <p>Casiraghi, B., & Aragão, J. C. S. (2019). Problem-Solving Methodologies Structured On The Stages of Critical Thinking. <i>Psicología Escolar e Educacional</i>, 23</p> <p>Castellanos, J., Niño, S., Parra, K. (2020) Discurso socioemocional y construcción compartida de conocimiento en tareas colaborativas en línea. <i>Revista Electrónica Educare</i>, 24(2), 59-79</p> <p>Flores, D., López, S., Peña, G., Torres, S., Mejía, P., Narváez, A., Flórez, M., Montero, C., Gómez, P., Salebe, S., Espinosa, J., Pedraza, S., Medrano, M. (2018). Competencia Social como predictor de éxito escolar. <i>Espacios</i>. 39(30) PP. 1-12</p> <p>Heckman, J., Kautz, T. (2012). Hard evidence on soft skills. <i>Nber Working Paper Series</i>. 18121 pp. 1-54 [Clásica]</p> <p>López R, (2009). Las emociones. Sobre la naturaleza cognitiva de las emociones. Uso de las técnicas emocionales en ambientes educativos y clínicos. México: Editorial Trillas [Clasica]</p> <p>Luna, S. (2015). El futuro del aprendizaje. ¿Qué tipo de aprendizaje necesita se necesita en el siglo XXI? <i>Investigación y perspectiva en educación</i>. UNESCO. Documentos de trabajo</p> <p>OCDE (2015). Skills for social progress: The power of social and emotional skills.</p>

<p>https://http://www.edimprovement.org/2018/04/developin-g-compassion-transforming-lives-world/</p> <p>Shao, K., Pekrun, R., Nicholson, L. (2019). Emotions in classroom language learning: What can we learn from achievement emotion research? <i>System</i>. 86, pp, 1-11 DOI: https://doi.org/10.1016/j.system.2019.102121</p> <p>Skékeley, M. (2015). La importancia de las habilidades socioemocionales para la empleabilidad de los jóvenes en América Latina: Un resumen de la literatura. Banco Interamericano del Desarrollo. DOI http://dx.doi.org/10.18235/0001538</p> <p>Vaja, A., Martinenco, R., Martín, R. (2018). Aportes para pensar las emociones académicas en las clases universitarias. <i>Contextos en Educación</i>. 18(24) pp. 78-89</p> <p>Vogl, E., Pekrun, R., Murayama, K., Loderer, K., Schubert, S. (2019). Surprise, Curiosity, and Confusion Promote Knowledge Exploration: Evidence for Robust Effects of Epistemic Emotions. <i>Frontiers in Psychology</i>. 10, pp. 1-16</p> <p>Walsh, B., & Volini, E. (2017). Rewriting the rules for the digital age: 2017 Deloitte global human capital trends</p> <p>Zheng, J., Huang, L., Li, s., Lajoie, S., Chen, Y., Hmelo-Silver, C. (2020). Self-regulation and emotion matter: A case study of instructor interactions with a learning analytics dashboard. <i>Computers and Education</i>. 161, pp. 1-14</p>	<p>OCDE. (2015). Políticas prioritarias para fomentar las habilidades y conocimientos de los mexicanos para la productividad y la innovación. Serie Mejores Políticas.</p> <p>OCDE (2017). Diagnóstico de la OCDE sobre la estrategia de competencias, destrezas y habilidades de México. Resumen Ejecutivo.</p> <p>Pajares, J., Poza, D., Villafañez, F., & López-Paredes, A. (2017). Project Management Methodologies in the Fourth Technological Revolution. In <i>Advances in Management Engineering</i> (pp. 121-144). Springer, Cham.</p> <p>Putwain, D., Schmitz, E., Wood, P., Pekrun, R. (2020) The role of achievement emotions in primary school mathematics: Control–value antecedents and achievement outcomes. <i>British Journal of Educational Psychology</i>. DOI: 10.1111/bjep.12367</p> <p>Scherer, Klaus R. (2005): “¿Qué son las emociones? ¿Y cómo pueden ser medidas?” <i>Social Science Information</i>, vol 44, nº4: 695–729. SAGE Publications. [Clásica]</p> <p>Vaja, A., Paoloni, P. (2013). Emociones de logro en contextos de evaluación: un estudio exploratorio con alumnos universitarios. <i>Innovación Educativa</i>. 13(62) pp. 135-15 [Clásica]</p>
--	---

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que impartirá la unidad de aprendizaje Desarrollo de Habilidades Socioemocionales debe contar con título de licenciado, maestro o doctor en Psicología, Educación, Asesoría Psicopedagógica o áreas afines a las Ciencias Sociales, preferentemente con posgrado; con amplia experiencia en el ámbito del estudio de las emociones, las habilidades socioemocionales y su impacto en el desempeño personal, académico y profesional. Se requiere de una actitud dispuesta, sensible, creativa y proactiva, así como de habilidades para el desarrollo de estrategias de auto-reflexión y de aprendizaje colaborativo.

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:** Habilidades de Redacción y Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 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

María Esther Bareño Domínguez
Patricia Guadalupe García Cabrales
Marisa Reyes Orta

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 Martín Galindo
Mayra Iveth García Sandoval	

Fecha: 11 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene la finalidad de proporcionar al estudiante herramientas que le permitan desarrollar habilidades comunicativas en el área de su formación y desarrollo profesional: la comunicación administrativa y académica. Se reconoce importante ya que sienta las bases para el análisis, comprensión, construcción y desarrollo de argumentos e ideas en distintos contextos.

Se imparte en la etapa básica con carácter obligatorio en los programas del tronco común de la DES Económico-Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Redactar distintos documentos administrativos y académicos con la construcción de argumentos lógicos y coherentes, siguiendo las reglas de la comunicación administrativa y académica, para los distintos escenarios de la vida profesional, con honestidad, responsabilidad y pensamiento analítico

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Ensayo académico donde quede evidencia del adecuado manejo de las características de la redacción académica y de su presentación oral

Portafolio con los distintos productos de redacción administrativa-académica donde quede evidencia del desarrollo de habilidades de comunicación.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Importancia de la ortografía en la profesión

Competencia:

Identificar las reglas básicas de la ortografía, a través de la revisión de distintos tipos de documentos especializados, para reconocer su estructura y aplicación en la profesión con honestidad, pensamiento crítico y coherente.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 1.1. Diagnóstico de ortografía
- 1.2. Taller de reglas básicas de ortografía (guía de ejercicios ortográficos, bibliografía recomendada).
- 1.3. Reconocer la importancia de la ortografía en la profesión pre-elegida.

UNIDAD II. Redacción

Competencia:

Construir textos no especializados, a partir de la identificación de ideas centrales desarrolladas en enunciados, párrafos adecuadamente articulados, que permitan expresar ideas coherentes, significativas y concretas con honestidad, respeto y pensamiento lógico.

Contenido:

- 2.1. Definición.
- 2.2. Características.
- 2.3. El enunciado y el párrafo.
- 2.4. El uso correcto de los signos de puntuación.

Duración: 3 horas

UNIDAD III. Tipos de redacción: administrativa y académica.

Competencia:

Redactar textos especializados a través de la aplicación de los principios, criterios y reglas de la redacción administrativa y académica, para expresarse por distintos medios ante público de distintas áreas, con honestidad, respeto y rigor.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 3.1. Definición de redacción administrativa.
- 3.2. Características.
- 3.3. Tipos de documentos (oficio, memorandums, CV; correos electrónicos formales).
- 3.4. Definición de redacción académica.
- 3.5. Características.
- 3.6. Formato APA.
- 3.7. Identificación de tipos de documentos académicos (ensayo, artículo, libros, tesis; reporte técnico).
- 3.8. Estructura general de un documento académico.

UNIDAD IV. Comunicación asertiva

Competencia:

Argumentar de manera oral y escrita, mediante la aplicación de distintas técnicas de comunicación, para la expresión asertiva en distintos escenarios con proactividad, empatía, respeto y responsabilidad social.

Contenido:**Duración:** 3 horas

- 4.1. Definición
- 4.2. Importancia
- 4.3. Técnicas de comunicación asertiva

UNIDAD V. Comunicación oral

Competencia:

Presentar un discurso a un público, mediante la estructura y organización de ideas y el apoyo de materiales audiovisuales para expresar adecuadamente sus ideas y argumentos de manera clara, convincente y fidedigna, con responsabilidad social, actitud reflexiva y creatividad.

Contenido:**Duración:** 3 horas

- 5.1. El discurso (fin, estructura y organización de ideas).
- 5.2. Presentación en público.
- 5.3. Materiales audiovisuales de apoyo.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Evaluación autodiagnóstica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el autodiagnóstico. 2. Resuelve los test correspondientes. 3. Se autoevalúa y obtiene la calificación correspondiente. 4. El profesor realiza una retroalimentación y sugiere bibliografía remedial. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Test para el autodiagnóstico. ● Hoja de respuestas. ● Recursos bibliográficos remediales. 	2 horas
UNIDAD II				
2	Redacta tu autobiografía 1. La idea, el enunciado y el párrafo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El profesor presenta las características de la autobiografía y las partes que la componen. 2. Destaca la organización de las ideas, la expresión en enunciados y párrafos para una correcta comunicación. 3. Presenta los distintos tipos de párrafo. 4. A partir de lo anterior, el estudiante desarrolla un texto autobiográfico que integre, al menos, siete párrafos (una cuartilla). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hoja de papel ● lápiz o pluma 	3 horas
3	Redacta tu autobiografía 2.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El profesor presenta las reglas de los signos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora 	3 horas

	La redacción como proceso de mejora y el adecuado uso de los signos de puntuación.	<p>puntuación y destaca su importancia.</p> <ol style="list-style-type: none"> Retoma el texto de la práctica uno, lee y corrige el documento aplicando las reglas de puntuación. Intercambia su documento con algún compañero evaluado: claridad en las ideas centrales de los párrafos; claridad, coherencia y comprensión en general del texto. El estudiante evaluador identifica al menos dos puntos de mejora en el texto. Cierre de la actividad con una plenaria sobre la importancia de la redacción coherente, clara y concreta. El estudiante perfila a partir del código de ética profesional su ejercicio, desempeño y las sanciones que puede recibir al incurrir en faltas El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente. 	<ul style="list-style-type: none"> Procesador de textos Impresora Hoja Lápiz Destacador 	
UNIDAD III				
4	Redacta tu autobiografía La redacción como proceso de mejora y el adecuado uso de los signos de puntuación.	<ol style="list-style-type: none"> El profesor presenta las reglas de los signos de puntuación y destaca su importancia. 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Procesador de textos Impresora 	3 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Retoma el texto de la práctica uno, lee y corrige el documento aplicando las reglas de puntuación. 3. Intercambia su documento con algún compañero evaluado: claridad en las ideas centrales de los párrafos; claridad, coherencia y comprensión en general del texto. 4. El estudiante evaluador identifica al menos dos puntos de mejora en el texto. 5. Cierre de la actividad con una plenaria sobre la importancia de la redacción coherente, clara y concreta. 6. El estudiante perfila a partir del código de ética profesional su ejercicio, desempeño y las sanciones que puede recibir al incurrir en faltas 7. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hoja ● Lápiz ● Destacador. 	
5	Elaboración de textos administrativos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para elaborar textos administrativos. 2. Se organizan en binas y se designa un tipo particular de texto administrativo (oficio, memorándum, CV, comunicación formal por correo electrónico donde se 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet 	3 horas

		<p>especifique el asunto, destinatario u objetivo).</p> <ol style="list-style-type: none"> Buscan ejemplos en fuentes confiables. Elaboran el documento asignado con claridad, concreción y sencillez. En plenaria exponen los documentos presentados, en un tiempo máximo de cinco minutos por pareja. El profesor evalúa y realiza retroalimentación a los escritos presentados. 		
6	Fuentes y repositorios de textos académicos: visita a la Biblioteca.	<ol style="list-style-type: none"> El profesor coordina la visita a la biblioteca del campus al área especializada de bases de datos. El personal presenta las fuentes de información académica (libros, revistas especializadas, tesis, informes técnicos); repositorios y metabuscadores. Eligen un tema de interés y realizan una búsqueda y recuperación de dos documentos académicos y su referencia bibliográfica. 	<ul style="list-style-type: none"> Acceso a biblioteca del campus o e-biblioteca UABC. computadora. Internet. Instructor de biblioteca. 	2 horas
7	Identificación de las características de los textos académicos.	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las orientaciones del profesor para identificar las características de los textos académicos. En parejas, eligen uno de los dos textos de la práctica anterior e identifican elementos que 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora. Internet Dos documentos académicos. marcatextos Pintarrón. plumones. 	2 horas

		<p>ejemplifiquen las características de los documentos académicos, destacando la de intertextualidad.</p> <p>3. En plenaria, participan activamente, cuando el profesor pide que escriban en el pintarrón, ejemplos identificados en el texto.</p>		
8	Formato APA	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor que explica las características del formato de citación APA (citas y referencias bibliográficas).</p> <p>2. El profesor prepara un ejercicio que contenga 20 ejemplos de citas y referencias bibliográficas diversas.</p> <p>3. Los estudiantes identifican y resuelven el ejercicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de formato APA, séptima edición. - Ejercicio de ejemplos de citas. - Computadora e internet ó lápiz y pluma. 	4 horas
9	Tabla comparativa de los textos académicos.	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor que presenta los distintos tipos de documentos académicos.</p> <p>2. En equipos de 4 a 5 personas, realizan una búsqueda de ejemplos de los distintos tipos de textos académicos y analizan las características, similitudes y diferencias.</p> <p>3. En una tabla comparativa, formalizan las características de cada uno</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Computadora. - internet. - bases de datos de artículos científicos. - procesador de textos. 	4 horas

		de los documentos: tipo, estructura, objetivo de comunicación, etc.		
10	Organización de ideas: elaboración de esquema (técnica del escarabajo, mapa mental o mapa conceptual).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Previo al taller, los estudiantes, individualmente, eligen un tema del área económico-administrativo y realizan una búsqueda y recopilación de entre ocho y 10 documentos académicos relacionados. 2. El profesor orienta al estudiante en la realización del esquema elegido a partir del análisis de las lecturas. 3. El estudiante elabora un esquema donde presenta el tema central y subtemas con base en la lectura de los documentos analizados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet • Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc). • Hoja, lápiz, marcadores de colores diversos. • Procesador de textos o una aplicación especializada (C-map tools). • Diccionario (búsqueda de términos desconocidos). 	2 horas
11	Elaboración del guión del ensayo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el ensayo académico. 2. El estudiante, a partir de las instrucciones, realiza el guión de su ensayo académico, integrando las ideas, argumentos centrales y secundarios identificados en la práctica anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Esquema realizado en la práctica anterior. • Computadora. • Internet • Recursos de soporte para la elaboración de ensayos. 	4 horas
12	Redacción del ensayo académico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la redacción cumpliendo con las características de los textos académicos: claros, 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet • Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) 	6 horas

		<p>precisos, concretos, intertextuales, etc.; integra los juicios de valor a las conclusiones.</p> <p>2. El estudiante realiza su ensayo, siguiendo las indicaciones del profesor.</p>		
UNIDAD IV				
13	<p>Técnicas de comunicación asertiva</p> <p>La importancia de la comunicación asertiva</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El profesor realiza una lista de situaciones negativas y técnicas de comunicación asertiva compatible. 2. Por equipos, realizan el análisis de la situación negativa, las características de la técnica de comunicación asertiva asignada y cómo con su uso podría solucionarse el conflicto. 3. Realizan una representación de la problemática y su solución en un video corto, explicando al final las características de la técnica empleada. 4. Presentación de los videos y coevaluación por el resto del grupo. 5. En plenaria, participan y reflexionan sobre el uso de las técnicas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet ● Caso y técnica asignada ● Teléfono o cámara. ● Aplicación para editar videos. 	4 horas

UNIDAD V				
14	Elaboración del discurso	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones de elaboración del discurso, y presentación en público del discurso con apoyo visual. 2. Previamente el estudio investiga los distintos tipos de discurso, estructura y ejemplos. 3. Retoma el tema e información del ensayo académico (unidad III) y elabora un discurso argumentativo. 4. Prepara una presentación con apoyo de herramientas digitales acordes a los criterios referidos por el profesor. 5. Presenta su discurso de cinco minutos, donde el profesor evaluará los elementos verbales, visuales, y vocales, por ejemplo: estructura del discurso, presentación y lenguaje corporal, modulación de voz, manejo de tiempo; atención del público; argumentación y persuasión. 6. De las ayudas visuales: no saturación de texto, soporte de ideas clave, ortografía, formato de la presentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El ensayo académico. ● Internet. ● Procesador de textos. ● Aplicación para realizar presentaciones. 	6 horas

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):

Exposición de diversos temas, presentación de estudio de caso, gestión de actividades en biblioteca, organiza y dirige debates, diseña ejercicios prácticos, coordina foros, lecturas guiadas, presentación de mapas conceptuales y estructuras de texto, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación de temas de redacción y de las áreas económico-administrativas; elaboración de textos administrativos y académicos de manera individual y en equipo; realiza representaciones, estudio de caso, exposiciones, visitas a campo, organizadores gráficos, ensayos, resúmenes, cuadros comparativos, y presentaciones orales y audiovisuales diversas.

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

- Dos exámenes	15 %
- Portafolio de documentos (integración de prácticas).....	60%
- Documento administrativo.....	10%
- Cuadro comparativo.....	5%
- Esquema.....	5%
- Ensayo académico.....	20%
- Video de representación.....	5%
- Elaboración y presentación del discurso....	15%
- Tareas.....	15%
- Participación.....	10%
Total.....	100%

Nota: el estudiante deberá entregar en tiempo y forma el producto final para que sea considerado como evaluable.

.

IX. REFERENCIAS

Básicas

De Arecibo, R. (2020). Guía breve para la redacción con el Manual de Estilo APA (American Psychological Association)–7ma ed (Doctoral dissertation, Universidad Interamericana de Puerto Rico).

Michelle, A., Vaughan, N., Suárez, E., Pèrez, M. M., & Romero, M. A. (2020). Manual de citas y referencias bibliográficas: Latino, APA, Chicago, IEEE, MLA, Vancouver. Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes.

Molins, L. R. (2019). Manual de redacción. Ediciones Rialp.

Rpa, Ajacopan R (2020). Apa: Guía de Citas y Referencias Bibliográficas. Amazon Digital Services LLC - KDP Print US, 114 pp.

Complementarias

Moreno Castrillón, F. (2018). Estilo APA en acción. Universidad del Norte

X. PERFIL DEL DOCENTE

Licenciado en comunicación, lengua y literatura, educación, administrador de empresas o afín; con amplios conocimientos y experiencia comprobable en la producción de documentos académicos en formato APA; así como en la redacción de documentos administrativos. Deseablemente el docente deberá contar con, el grado de maestría y experiencia docente de dos años.

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:** Herramientas Digitales
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 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

Eva Olivia Martínez Lucero
Nora Del Carmen Osuna Millan
Alfredo Chuquimia Apaza
Eduardo Ahumada Tello
Adelaida Figueroa Villanueva
Ricardo Ching Wesman

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 fortalecer las capacidades y habilidades digitales del estudiante en el uso de software de comunicación, almacenamiento, proyectos, investigación y tratamiento de datos.

Esta utilidad radica en la aplicación de herramientas digitales para coadyuvar al desarrollo de los procesos de una organización.

Esta unidad de aprendizaje se encuentra ubicada en la etapa básica con carácter de obligatoria y pertenece al tronco común de la DES Económico-Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar herramientas digitales, mediante el uso de software de comunicación, almacenamiento, proyectos, investigación y tratamiento de datos, para coadyuvar al desarrollo de los procesos de una organización y su generación de información, con ética profesional, compromiso y trabajo colaborativo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

- Portafolio de prácticas del uso de las herramientas digitales de comunicación y almacenamiento, presentación de proyectos e investigación, hojas de cálculo y diseño de páginas web.
- Casos prácticos por unidad que contengan la aplicabilidad de la(s) herramienta(s) seleccionada en la resolución de un caso o problemática real de negocios.

Además, ambas evidencias deberán contener una reflexión de la importancia de la aplicación de cada herramienta en el desarrollo de los procesos de una organización y en la generación de información. La entrega será formato digital observando las características de forma y fondo que el docente determine.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Herramientas de comunicación y almacenamiento

Competencia:

Aplicar las herramientas de comunicación y almacenamiento, a partir del análisis sobre su uso, ventajas y desventajas, para comprender su importancia en el contexto digital aumentando la eficiencia y productividad en el tratamiento de la información, con responsabilidad, creatividad y organización.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 1.1. Introducción al uso de las herramientas de comunicación y almacenamiento
- 1.2. Ventajas y desventajas
- 1.3. Herramientas de Comunicación
 - 1.3.1. Introducción a Blackboard
 - 1.3.2. Introducción a Classroom
 - 1.3.3. Redes sociales profesionales: LinkedIn y Facebook
 - 1.3.4. Zoom, Meet, Jitsi, Skype
- 1.4. Herramientas de almacenamiento
 - 1.4.1. Drive
 - 1.4.2. Dropbox

UNIDAD II. Herramientas de presentación de proyectos e investigación

Competencia:

Aplicar las herramientas de presentación, gestión colaborativa de proyectos y de soporte a la investigación, a partir del análisis de sus características, ventajas y desventajas, para reforzar su habilidad de innovar en el manejo de información con responsabilidad, creatividad y organización.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. Introducción al uso de las herramientas de proyectos e investigación
- 2.2. Ventajas y desventajas
- 2.3. Herramientas de presentaciones
 - 2.3.1. Presentaciones
 - 2.3.1.1. Loom,
 - 2.3.1.2. Knovio
 - 2.3.1.3. Screencast-O-Matic
 - 2.3.1.4 Story Telling
 - 2.3.2. Mapas mentales y diagramas
 - 2.3.2.1. Mindsmeister
 - 2.3.2.2. Diagrams.net
- 2.4. Herramientas de proyectos
 - 2.4.1. Basecamp
 - 2.4.2. Clickup
 - 2.4.3. Calendar
- 2.5. Herramientas de Investigación
 - 2.5.1. Mendeley
 - 2.5.2. Google academics
 - 2.5.3. Research gate
 - 2.5.4. Google Forms

UNIDAD III. Introducción a la hoja de cálculo

Competencia:

Aplicar las funcionalidades de la hoja de cálculo, a partir de la revisión de sus características, para el análisis, tratamiento e interpretación de datos con responsabilidad, creatividad y organización.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1. Elementos básicos y avanzados de hoja de cálculo
 - 3.1.1. Importación de información
 - 3.1.2. y tratamiento de la información
- 3.2. Uso de recursos.
 - 3.2.1. En línea
 - 3.2.2. Importación de diferentes formatos.
 - 3.2.3. Exportación en diferentes formatos.
- 3.3. Tratamiento de hojas de cálculo
 - 3.3.1. Aritmética en hojas de cálculo
 - 3.3.2. Referencias en hojas de cálculo
 - 3.3.3. Funciones de hojas de cálculo
 - 3.3.4. Gráficas.
- 3.4. Tablas dinámicas
 - 3.4.1. Partes de una tabla dinámica
 - 3.4.2. Creación de tablas dinámicas
 - 3.4.3. Agrupar datos en tablas dinámicas
 - 3.4.4. Filtrar datos
 - 3.4.5. Creación de gráficas dinámicas

UNIDAD IV. Diseño de páginas web

Competencia:

Aplicar las herramientas de diseño web, a partir del análisis de sus características, para diseñar páginas web orientadas al contexto del negocio con los elementos de nivel de desarrollo básico, con creatividad, eficiencia y profesionalismo.

Contenido:

Duración: 3 horas

4.1. Diseño de páginas web con uso de negocio.

4.1.1 Uso básico de HTML

4.1.2 Gestor de contenidos con herramientas temáticas

4.1.3 Uso de herramientas de gestión de páginas web con redes sociales

4.1.4 Uso de herramientas de automatización de sitios web

4.1.5 Otras herramientas digitales

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Utilizar herramientas de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones para el correcto manejo de las herramientas de comunicación. 2. De manera individual, el estudiante, navega por las diferentes plataformas de comunicación. 3. Forma un equipo y escogen dos herramientas de comunicación. 4. El equipo planea y elabora un curso. 5. De manera individual. Elabora un informe del uso de las herramientas utilizadas. 6. Entrega al docente. 7. Integra al portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Bases de datos ● Herramientas digitales ● Referencias 	4 horas
2	Utilizar herramientas de almacenamiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones para el correcto manejo de las herramientas de almacenamiento. 2. De manera individual, el estudiante, navega por las dos herramientas de almacenamiento. 3. Forma un equipo para usar la herramienta drive. 4. El equipo planea y elabora archivos en la herramienta de almacenamiento. 5. De manera individual. Elabora un informe para demostrar el 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Bases de datos ● Herramientas digitales ● Referencias 	4 horas

		<p>potencial de la herramienta utilizada.</p> <p>6. Entrega al docente.</p> <p>7. Integra al portafolio de evidencias.</p>		
UNIDAD II				
3	<p>Crear una presentación de las herramientas de exposición de información y mapas mentales.</p>	<p>1. El estudiante atiende las indicaciones para realizar una presentación.</p> <p>2. Busca información (en Mendeley, Google academics y/o research gate) sobre conceptos básicos de presentaciones y mapas mentales.</p> <p>3. Selecciona una herramienta de presentación (Loom, Knovio, Screencast-o-matic, o a manera de Story-telling).</p> <p>4. Elabora la presentación.</p> <p>5. Presenta y entrega al docente.</p> <p>6. Integra al portafolio de evidencias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Bases de datos ● Herramientas digitales ● Referencias 	10 horas
4	<p>Realizar una investigación sobre un tema de interés.</p>	<p>1. El estudiante atiende las indicaciones para realizar una Investigación.</p> <p>2. Se integrará un equipo para trabajo colaborativo y establecerán actividades, tiempos, responsabilidades, canales de comunicación, utilizando herramientas de proyectos (basecamp, clickup, calendar, trello) .</p> <p>3. Busca información documental (en Mendeley, Google academics y/o research gate)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Bases de datos ● Herramientas digitales ● Referencias 	10 horas

		<p>sobre un tema de interés.</p> <p>4. Elabora una encuesta en Google forms, que permita generar información estadística relacionada con el tema de investigación.</p> <p>5. Elabora un informe de resultados de la Investigación.</p> <p>6. Entrega al docente.</p> <p>7. Integra al portafolio de evidencias.</p>		
UNIDAD III				
5	Elementos de la hoja de cálculo	<p>1. El estudiante atiende las indicaciones para el correcto manejo de hoja de cálculo.</p> <p>2. El estudiante explora las funcionalidades de la herramienta.</p> <p>3. Resuelve ejercicios básicos de operaciones aritméticas y formateo de celdas.</p> <p>4. Entrega evidencia en los espacios acordados.</p> <p>5. Integra al portafolio de evidencias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Hoja de cálculo. ● Referencias. 	4 horas
6	Uso de recursos en línea	<p>1. El estudiante atiende las indicaciones para el manejo de recursos en línea.</p> <p>2. Importa datos de diversas fuentes para trabajarse por medio de herramienta.</p> <p>3. Exporta datos generados a diversos formatos.</p> <p>4. Elabora informe de resultados de práctica.</p> <p>5. Entrega evidencia en los espacios acordados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Hoja de cálculo. ● Referencias. 	2 horas

		6. Integra al portafolio de evidencias.		
7	Operaciones y funciones de hojas de cálculo	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones para el manejo de hoja de cálculo. 2. El estudiante aplica funciones predefinidas para el manejo de datos. 3. Elabora informe de resultados de la práctica. 4. Entrega evidencia en los espacios acordados. 5. Integra al portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Hoja de cálculo. ● Referencias. 	6 horas
8	Manejo de datos dinámicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones para el manejo de datos dinámicos. 2. El estudiante utiliza la herramienta para el manejo de datos dinámicos. 3. Elabora un informe de resultados de la práctica. 4. Entrega al docente. 5. Integra al portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Hoja de cálculo. ● Referencias. 	4 horas
9	Gráficas dinámicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones para el manejo de gráficas dinámicas 2. Elabora gráficas dinámicas. 3. Entrega al docente. 4. Integra al portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Hoja de cálculo. ● Referencias. 	4 horas
UNIDAD IV				
10	Diseñar página web, relacionada con actividades y/o procesos de un negocio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones para diseñar una página web. 2. Se integrará un equipo para 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Bases de datos ● Herramientas digitales 	16 horas

		<p>trabajo colaborativo y establecerán actividades, tiempos, responsabilidades, canales de comunicación, utilizando herramientas de proyectos (basecamp y/o clickup y/o calendar y/o trello).</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Busca información relacionada con las actividades y/o procesos de un negocio. 4. Seleccionar la información que deberá contener la página web, de acuerdo a los requerimientos del cliente. 5. Diseñar página web. 6. Entrega al docente. 7. Integra al portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Referencias 	
--	--	--	---	--

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, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo, organizadores gráficos, ensayos, resúmenes, cuadros comparativos, y demás.

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

- Exámenes parciales (mínimo 2).....	20%
- Casos prácticos por unidad	30%
- Portafolio de prácticas del uso de las herramientas digitales.....	50%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Albright, C. y Winston, W. (2015). <i>Business Analytics: Data Analysis & Decision Making</i>. (5ª ed.) South Western Educational Publishing.</p> <p>Brooks, D. (2017). <i>Programación en HTML y PHP</i>. Springer.</p> <p>Gonzalo, V. (2019). <i>G Suite for Education Administración y configuración de aplicaciones educativas</i>. (1ª ed.). Ra-Ma.</p> <p>Gómez, J. (2017). <i>Excel 2016 Avanzado</i>. (1ª ed.). Ra-Ma.</p> <p>Kerpen, D. (2015). <i>Likeable Social Media: How to Delight Your Customers, Create an Irresistible Brand, & Be Generally Amazing on All Social Networks That Matter</i> (3ª ed.) , Mc.Graw-Hill.</p> <p>Mayes, T. y Shank, T. (2016). <i>Análisis Financiero con Microsoft Excel</i> (7ª ed.). Cengage Learning.</p> <p>Matthew MacDonald (2015). <i>Creating a website: the missing manual</i>. (4ª ed.). O'Reilly Media.</p>	<p>Guffey, M. y Loewy, D. (2014). <i>Business Communication: Process and Product</i>, (8ª ed.). Cengage Learning. [clásica]</p> <p>Knovio. (2020). Basic Tutorials. Recuperado de https://knovio.com/support/learn/</p> <p>Ragsdale, C. (2015). <i>Spreadsheet Modeling and Decision Analysis: A Practical Introduction to Business Analytics</i>. (7ª ed). Estados Unidos: Cengage Learning.</p> <p>Sadowsky, J. (2013) <i>Las siete reglas del Story Telling</i>. Granica [clásica]</p> <p>ScreenCast-o-matic. (2020). Training and Tutorials Get started with the basics or expand your skills! We'll walk you through our recorder, video editor and video hosting. Recuperado de https://screencast-o-matic.com/tutorials</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Herramientas Digitales, deberá ser Licenciado en Informática, Ingeniero en Computación, Licenciado en Sistemas Computacionales o área afín. Preferentemente con posgrado en área afín y experiencia mínima de tres años en la docencia y profesional. Ser proactivo, analítico, que fomente el trabajo en equipo y la investigación.

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:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Introducción a la Administración
- 5. Clave:**
- 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

Zulema Córdova Ruíz
Karina Gámez Gámez
Jackeline Hernández Bejarano
Rodolfo Novela
Lourdes Evelyn Apodaca del Ángel
Imelda Cuevas Merencias

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: 11 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es la comprensión de los principios de la administración y fases del proceso administrativo para su aplicación con propuestas de estrategias organizacionales que contribuyan al logro de resultados y **eficientización** de los recursos.

La utilidad de la misma radica en que le brinda al alumno los fundamentos de la administración, las herramientas conceptuales, metodológicas y técnicas para aplicar de manera efectiva la administración y el proceso administrativo

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

Aplicar los principios de la administración y fases del proceso administrativo, mediante el análisis de sus fundamentos, herramientas conceptuales, metodológicas y técnicas, para proponer estrategias organizacionales que contribuyan al logro de los resultados y la gestión eficiente de los recursos, con ética, responsabilidad y pensamiento crítico.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Presentación de un proyecto final que involucra el desarrollo de casos prácticos en el que se pueda identificar la aplicación efectiva de la administración y el proceso administrativo contemplando:

Planeación: misión, visión, objetivos, estrategias, planes y propósitos.

Organización: funciones, jerarquías, estructura.

Dirección: supervisión, motivación, comunicación y liderazgo.

Control: mecanismos de control.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Generalidades de la administración

Competencia:

Conceptualizar la administración y la organización, a través del análisis teórico-conceptual de diferentes autores, para desarrollar una perspectiva integral de estas y comprender la importancia del rol y funciones del administrador, con respeto, responsabilidad y actitud analítica.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Conceptos generales de administración
- 1.2. Características y principios administrativos
- 1.3. La empresa y su medio ambiente
- 1.4. Funciones de los administradores
- 1.5. Roles y habilidades de los administradores
- 1.6. Conceptos, características y clasificación de la empresa
- 1.7. Recursos y áreas funcionales de la empresa
- 1.8. Cultura organizacional

UNIDAD II. Principales escuelas del pensamiento administrativo

Competencia:

Diferenciar las principales escuelas del pensamiento administrativo, mediante el análisis de sus antecedentes, características y aportaciones, para comprender las bases administrativas actuales, con actitud crítica, tolerancia y respeto.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Enfoque clásico
- 2.2. Teoría clásica de la administración
- 2.3. Teoría científica de la administración
- 2.4. Escuela de sistemas
- 2.5. Escuela cuantitativa
- 2.6. Escuela cualitativa
- 2.7. Escuela de las relaciones humanas

UNIDAD III. Fase estática del proceso administrativo: Planeación y organización

Competencia:

Analizar la fase estática del proceso administrativo, a través de la conceptualización de las etapas de planeación y organización y la identificación de sus herramientas, para aplicarla en la solución de problemas organizacionales, con respeto, tolerancia y creatividad.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Conceptos y tipos de plan
- 3.2. Principios de planeación
- 3.3. Clasificación de objetivos
- 3.4. Herramientas de planeación
- 3.5. Integración de la planeación y control
- 3.6. Conceptos de organización
- 3.7. Clasificación de las estructuras organizacionales
- 3.8. Principios de organización
- 3.9. Herramientas y elementos de organización
- 3.10. La reorganización

UNIDAD IV. Fase dinámica del proceso administrativo: Dirección y control

Competencia:

Analizar la fase dinámica del proceso administrativo, a través de la conceptualización de las etapas de dirección y control y la identificación de sus herramientas y teorías motivacionales, para aplicarla en la solución de problemas organizacionales, con respeto, tolerancia y creatividad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Conceptos de dirección
- 4.2. Principios de dirección
- 4.3. Liderazgo y sus estilos
- 4.4. Autoridad y poder
- 4.5. Comunicación
- 4.6. Motivación
- 4.7. Supervisión
- 4.8. Conflictos y solución de conflictos
- 4.9. Conceptos de control
- 4.10. Principios de control
- 4.11. Proceso control
- 4.12. Tipos de control
- 4.13. Herramientas de control aplicadas a las áreas funcionales
- 4.14. Hacia una nueva filosofía de control

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Exposición de las principales escuelas del pensamiento administrativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipos presentan exposición al grupo sobre la escuela del pensamiento administrativo asignada por el docente con las características previamente solicitadas por el mismo. 2. Reciben retroalimentación por parte del docente y compañeros. 3. Entregan la presentación al docente para su revisión. 	Bibliografía Computadora Software de presentación	8 horas
UNIDAD III				
2	Planeación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se brinda una introducción sobre la etapa de planeación por parte del docente quien asigna un caso práctico sobre dicha etapa. 2. Revisa las características del caso práctico asignado. 3. Resuelve el caso práctico. 4. Entrega el caso práctico resuelto. 5. El docente elige a un equipo, para la presentación de la solución del caso práctico, se retroalimenta y clarifica las dudas sobre el tema. 	Bibliografía Computadora Software de presentación	6 horas
3	Organización	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente brinda información sobre la etapa de organización a sus estudiantes. 2. El docente asigna actividades prácticas a sus estudiantes con respecto a los contenidos teóricos 	Bibliografía Computadora Software de presentación	6 horas

		<p>de la etapa en mención.</p> <p>3. El estudiante realiza las actividades asignadas.</p> <p>4. Se presentan los resultados de cada equipo y se recibe retroalimentación.</p>		
UNIDAD IV				
4	Dirección	<p>1. El docente brinda información sobre la etapa de dirección a sus estudiantes.</p> <p>2. El docente asigna actividades prácticas a sus estudiantes con respecto a los contenidos teóricos de la etapa en mención.</p> <p>3. El estudiante realiza las actividades asignadas.</p> <p>4. Se presentan los resultados de cada equipo y se recibe retroalimentación.</p>	<p>Bibliografía</p> <p>Computadora</p> <p>Software de presentación</p>	6 horas
5	Control	<p>1. El docente brinda información sobre la etapa de control a sus estudiantes.</p> <p>2. El docente asigna actividades prácticas a sus estudiantes con respecto a los contenidos teóricos de la etapa en mención.</p> <p>3. El estudiante realiza las actividades asignadas.</p> <p>4. Se presentan los resultados de cada equipo y se recibe retroalimentación.</p>	<p>Bibliografía</p> <p>Computadora</p> <p>Software de presentación</p>	6 horas

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, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, organizadores gráficos, cuadros comparativos y demás.

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%
- Prácticas de taller.....	20%
- Proyecto final.....	60%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

Bernal, A. (2014). *"Introducción a la administración de las Organizaciones: enfoque global e integral"* (2ªed.). Pearson Educación. Recuperado de <https://libcon.rec.uabc.mx:4460/Pages/BookRead.aspx> [clásica]

Chiavenato, I. (2019) *Introducción a la Teoría General de la Administración* (10ªed.). México: McGraw Hill.

Crainer, St (1999). *Ideas Fundamentales de la Administración*. Panorama. [clásica]

Martín de Castro, G., Montoro, M., y Díez, I. (2020). *Fundamentos de administración de empresas* (4ªed.). España: Civitas.

Reyes Ponce A. (1992) *Administración de Empresas, Teoría y Práctica*. (1ª. ed.). México: Limusa. [clásica]

Robbins, S. y Coulter, M. (2014). *Administración*. (2ªed.). México: Pearson. [clásica]

Complementarias

Shafritz, J. y Ott, J. (1992). *Classics of organization theory*. (3ª ed.). Pacific Grove.[clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje deberá ser un profesionalista con grado de licenciatura en Administración o área afín, preferentemente con estudios de posgrado en Administración o área afín, debe ser competente en las áreas económico administrativas, además deberá contar con experiencia suficiente en el campo docente, empresarial y principalmente en el área de administración mínima de tres años, ser responsable, honesto, empático con los alumnos y la sociedad.

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:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Fundamentos de Economía
- 5. Clave:**
- 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

Juan Enrique Aguado Arredondo
Jesús Manuel Lucero Acosta
Alma Lourdes Camacho García
Robert Efraín Zarate Cornejo
Carlos Alberto Flores Sánchez
Martín Francisco Montaña Hernández

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: 11 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Fundamentos de Economía es proporcionar al alumno los conocimientos teóricos básicos que se requieren para el buen entendimiento de los fenómenos micro y macroeconómicos de actualidad, así como para el respectivo análisis e interpretación de los mismos para escenarios organizacionales y empresariales, así como del sistema económico en su conjunto.

Su utilidad radica en que permite al alumno la identificación de fuentes de ventajas competitivas y comparativas en las organizaciones con base a las variables económicas en el contexto nacional e internacional.

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

Interpretar los problemas micro y macroeconómicos mediante el análisis de los principios básicos de la teoría económica, para el apoyo a la toma de decisiones organizacionales, con una actitud honesta, emprendedora y de responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora portafolio de evidencias que debe contener: resolución de casos prácticos sobre la determinación del equilibrio de mercado, cálculo de elasticidad, análisis de costos, análisis macroeconómico con las políticas, fiscal monetario y la balanza de pagos. Asimismo, cada uno deberá contener la interpretación de parte del alumno. La entrega será en formato digital con las características que el docente solicite.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción a la economía

Competencia:

Destacar la importancia de la ciencia económica, con base al estudio profundo del principio de la escasez, para la asignación eficiente de los recursos limitados, con una actitud analítica y bajo principios de equidad social.

Contenido:

Duración: 5 horas

- 1.1. Economía como ciencia
- 1.2. Principios económicos
- 1.3. Métodos de la economía
- 1.4. Conceptos básicos de economía
- 1.5. Ley de rendimientos decrecientes
- 1.6. Fronteras de posibilidades de producción
- 1.7. Costo de oportunidad
- 1.8. Teorías económicas
 - 1.8.1 Clásica y Neoclásica
 - 1.8.2 Planificada o Marxista
 - 1.8.3 Keynesiana
- 1.9. Nuevas teorías económicas
 - 1.9.1 Teoría de la utilidad
 - 1.9.2 Teoría del comportamiento

UNIDAD II. Análisis Microeconómico

Competencia:

Analizar los principales mecanismos microeconómicos del mercado, por medio de la determinación del precio, costos, ingresos y beneficios bajo una condición de competencia, para la búsqueda de un bienestar organizacional y social, con una actitud ética y emprendedora.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Equilibrio de mercado
- 2.2. Elementos generales de la oferta y la demanda
- 2.3. Elasticidad
- 2.4. Organización de la producción
- 2.5. Producción y análisis de costos
 - 2.5.1. Costos de producción
 - 2.5.2. Costo marginal
- 2.6. Ingresos y beneficios
 - 2.6.1 Costo/beneficio
 - 2.6.2 Beneficio marginal
- 2.7. Mercados perfectos e imperfectos
 - 2.7.1. Competencia perfecta.
 - 2.7.2. Oligopolio.
 - 2.7.3. Monopolio.

UNIDAD III. Análisis macroeconómico.

Competencia:

Realizar un análisis macroeconómico, a partir de la interpretación de sus principales indicadores, para destacar los problemas estructurales que repercuten en el bienestar de los distintos agentes económicos y comprender el entorno económico del país, con responsabilidad y actitud reflexiva.

Contenido:**Duración:** 7 horas

- 3.1. Introducción a la teoría macroeconómica.
- 3.2. La medición de la actividad económica (PIB, empleo, crecimiento, inflación, nivel de precios, desempleo).
- 3.3. El dinero, la banca, y los tipos de cambio.
- 3.4. El sistema financiero internacional.

UNIDAD IV. Oferta agregada y demanda agregada.

Competencia:

Examinar la aplicación de las medidas económicas, fiscales, monetarias y comerciales que impactan la economía del país, mediante el análisis de las diferentes estrategias de intervención gubernamental para la estabilidad macroeconómica y el crecimiento económico, para comprender el impacto en la oferta agregada y la demanda agregada, con responsabilidad social y ética.

Contenido:

- 4.1. Oferta agregada
- 4.2. Demanda agregada
- 4.3. Política fiscal
- 4.4. Política monetaria
- 4.5. Política comercial

Duración: 6 horas

UNIDAD V. Balanza de pagos

Competencia:

Analizar la balanza de pagos, a partir de la identificación de los registros de operaciones comerciales, de servicios, movimientos de capital y del estudio de la información gasto-ingreso, para explicar los resultados de la actividad económica global y permitir una visión objetiva e integral del comportamiento económico del país con el resto del mundo, con actitud reflexiva y crítica.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. Cuenta corriente
 - 5.1.1. Balanza capital
 - 5.1.2. Balanza comercial
- 5.2. Transferencias
- 5.3. Inversiones y capitalizaciones
- 5.4. Omisiones

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Determinación del equilibrio de mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para determinar el equilibrio de mercado. 2. Expresa en términos algebraicos la oferta y demanda de mercado. 3. Establece la cantidad ofrecida y demandada en términos de precios. 4. Determina el precio para obtener el equilibrio de mercado. Entrega al docente los resultados para su revisión, evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Editor de texto. ● Calculadora. ● Libro de texto. 	5 horas
2	Cálculo de elasticidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para determinar el cálculo de la elasticidad. 2. Identifica los elementos que componen la elasticidad. 3. Aplica la fórmula, calculando el cambio porcentual de la demanda entre el cambio porcentual del precio. 4. Interpreta el resultado. 5. Entrega al docente el resultado para su revisión, evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Editor de texto. ● Calculadora. ● Libro de texto. 	5 horas
3	Análisis de costos de producción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para calcular los costos de producción en un estudio de caso. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Editor de hoja de cálculo. ● Calculadora. 	5 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Calcula los costos fijos y variables de la producción. 3. Entrega al docente los resultados para su revisión, evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Libro de texto. 	
UNIDAD III				
4	Análisis de los indicadores macroeconómicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para obtener los indicadores macroeconómicos de fuentes secundarias oficiales. 2. Realiza búsqueda de los indicadores macroeconómicos en las fuentes indicadas por el docente. 3. Analiza los indicadores macroeconómicos obtenidos. 4. Elabora gráficas sobre los datos obtenidos. 5. Interpreta los resultados. 6. Entrega al docente los resultados e interpretación para su revisión, evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Editor de hoja de cálculo. ● Calculadora. ● Libro de texto. 	6 horas
UNIDAD IV				
5	Graficación de la oferta agregada y la demanda agregada	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para hacer la representación gráfica de la curva de la oferta agregada y demanda agregada. 2. Identifica las cuentas que conforman la fórmula de la demanda agregada. 3. Identifica las cuentas que conforman la fórmula de la oferta agregada. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Editor de hoja de cálculo. ● Calculadora. <p>Libro de texto.</p>	5 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Elabora las gráficas de las curvas correspondientes. 5. Interpreta las gráficas. 6. Entrega al docente las gráficas e interpretación para su revisión, evaluación y retroalimentación. 		
UNIDAD V				
6	Presentación de balanza de pagos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la presentación en equipo del tema correspondiente a la balanza de pago. 2. Se reúnen en grupos de 3 a 7 integrantes para realizar la investigación de los componentes de la balanza de pagos. 3. Elaboran un reporte de la información obtenida. 4. Elaboran la presentación digital para su exposición. 5. Exponen todos los integrantes del equipo. 6. Recibe retroalimentación por parte del docente y sus compañeros. 7. Entrega al docente el reporte de la investigación para su revisión y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet. ● Proyector 	6 horas

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, aprendizaje basado en problemas, técnica expositiva, debates, ejercicios prácticos, foros, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, organizadores gráficos, ensayos, resúmenes, cuadros comparativos, y demás.

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

- Evaluaciones parciales.....	30%
- Tareas.....	10%
- Participación en clase.....	05%
- Exposición en equipo y reporte escrito.....	15%
- Prácticas de taller.....	20%
- Portafolio de evidencia.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Mankiw, G. (2017). <i>Principios de economía</i> (7ª. ed.). Cengage Learning, 2017. ProQuest Ebook Central, https://libcon.rec.uabc.mx:4431/lib/uabccengagesp/detail.action?docID=4870131.</p> <p>Parkin, M. (2018) <i>Economía</i>. (12ª ed). México: Pearson.</p> <p>Parkin, M. (2015) <i>Macroeconomía</i>. Versión para Latinoamérica. (11ª ed). Pearson Educacion.</p> <p>Paul A Samuelson, P. A. y Nordhaus, W. D. (2009) <i>Economics</i> (19ª ed). McGraw-Hill. [clásica]</p>	<p>Dornbusch, R., Fischer, S. & Startz, R. (2018) <i>Macroeconomics</i>, (13ª ed.). Estados Unidos: Mc Graw Hill.</p> <p>Mankiw, G. (2015). <i>Microeconomía: versión para América Latina</i>. (6ª ed.), edited by Martínez, Javier Reyes, Cengage Learning. ProQuest Ebook Central, https://libcon.rec.uabc.mx:4431/lib/uabccengagesp/detail.action?docID=3430462.</p> <p>Nicholson, W., y Walter, S. (2015). <i>Teoría microeconómica: principios básicos y ampliaciones</i> (11ª ed.), Cengage Learning. ProQuest Ebook Central, https://libcon.rec.uabc.mx:4431/lib/uabccengagesp/detail.action?docID=3430518.</p> <p>Parkin, M. (2019) <i>Economics</i> (13ªed.). Boston: Pearson Education Limited.</p> <p>Parkin, M. (2012) <i>Microeconomics</i> (10ª ed.). Boston, MA: Addison-Wesley. [clásica]</p> <p>Schiller, B. & Gebhardt, K. (2019). <i>The Macro Economy Today</i> (15ª ed). Estados Unidos: Mc Graw-Hill.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad Fundamentos de la Economía debe contar con título de Licenciatura en Economía o equivalente, preferentemente con grado de maestría en economía o áreas afines, que realice investigación en el área, que cuente con experiencia mínima de un año en la docencia. Ser honesto para vivir los valores de la universidad, imparcial, congruente, objetivo y empático con los estudiantes.

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:** Matemáticas
- 5. Clave:**
- 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

Alfredo Gualberto Chuquimia Apaza
Juan Antonio Meza Fregoso
Laura Dennisse Carrazco Peña
Mayra Socorro Nava Valenzuela
Norma Alicia Flores Arellano
Omar Leonardo Valladares Icedo

Fecha: 12 de noviembre de 2020

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	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene como propósito proporcionar al estudiante los fundamentos matemáticos para la aplicación de las funciones lineales, cuadráticas, exponenciales, logarítmicas y los temas básicos de operaciones con matrices para la interpretación, formulación y solución de problemas matemáticos aplicados.

Esta unidad de aprendizaje pertenece a la etapa básica con carácter obligatorio y forma parte del tronco común de la DES Económico Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar los fundamentos matemáticos como una herramienta básica, utilizando modelos matemáticos e interpretación, para dar solución a problemas relacionados con la disciplina, con responsabilidad, honestidad, orden y precisión.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Un portafolio de solución de problemas, modelos matemáticos y su interpretación en las organizaciones tomando como fundamento los principios de álgebra de funciones y matrices.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Funciones lineales

Competencia:

Analizar problemas de costos, ingresos, utilidad, volumen, oferta, demanda y punto de equilibrio en organizaciones, aplicando los principios de las funciones lineales, con el fin de proponer soluciones, con disciplina, orden y precisión.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1 Solución algebraica
- 1.2 Solución gráfica
- 1.3 Ecuación de la recta
- 1.4 Sistema de dos ecuaciones con 2 incógnitas
- 1.5 Aplicaciones empresariales
 - 1.5.1 Inversiones
 - 1.5.2 Costo lineal
 - 1.5.2.1 Ingreso
 - 1.5.2.2 Utilidad
 - 1.5.3 Oferta y Demanda
 - 1.5.4 Punto de equilibrio

UNIDAD II. Funciones cuadráticas

Competencia:

Analizar problemas de inversiones, aplicando los principios de las funciones cuadráticas, con el fin de proponer soluciones en las organizaciones, con disciplina, orden y precisión.

Contenido:

Duración: 7 horas

- 2.1 Solución algebraica con una incógnita
 - 2.2.1 Fórmula General
 - 2.2.2 Factorización
- 2.2 Representación gráfica
 - 2.2.1 Dominio
 - 2.2.2 Rango
- 2.3 Aplicaciones empresariales
 - 2.3.1 Inversiones a 2 años
 - 2.3.2 Utilidad e ingreso
 - 2.3.3 Punto de equilibrio

UNIDAD III. Funciones exponenciales

Competencia:

Analizar problemas de crecimiento, aplicando los principios de las funciones exponenciales y logarítmicas, con el fin de proponer soluciones en las organizaciones, con disciplina, orden y precisión.

Contenido:

Duración: 7 horas

3.1 Funciones exponenciales

3.1.1 Definición y gráfica

3.1.2 Solución usando propiedades de exponenciales

3.1.3 Solución usando propiedades logarítmicas

3.2 Aplicaciones

3.2.1 Crecimiento

UNIDAD IV. Matrices y sistemas de ecuaciones lineales.

Competencia:

Resolver problemas de insumo producto, a través de los fundamentos de las matrices, para la toma de decisiones que permitan la optimización de la organización, con responsabilidad, precisión y orden.

Contenido:

- 4.1 Matrices
- 4.2 Solución de sistemas lineales por reducción de renglones
- 4.3 Determinantes
- 4.4 Aplicaciones

Duración: 12 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Sistema de dos ecuaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para resolver problemas de sistemas de dos ecuaciones. 2. Analiza problemas de sistema de dos ecuaciones. 3. Aplica la solución algebraica, gráfica y ecuación de la recta. 4. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 5. Entrega reporte a docente. 6. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación. 	Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet	2 horas
2	Aplicaciones empresariales	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para resolver problemas de inversión, costo lineal, ingreso, utilidad, oferta y demanda. 2. Analiza problemas de inversión, costo lineal, ingreso, utilidad, oferta y demanda. 3. Aplica la solución algebraica, gráfica y ecuación de la recta. 4. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 5. Entrega reporte a docente. 	Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet	2 horas

		6. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación.		
3	Punto de equilibrio	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para resolver problemas de punto de equilibrio. 2. Analiza problemas de punto de equilibrio. 3. Aplica la solución algebraica, gráfica y ecuación de la recta. 4. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 5. Entrega reporte a docente. 6. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación. 	<p>Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet</p>	2 horas
UNIDAD II				
4	Funciones cuadráticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para resolver problemas de funciones cuadráticas. 2. Analiza problemas de funciones cuadráticas. 3. Aplica la fórmula general y factorización. 4. Representa gráficamente la función y determina el dominio y el rango. 5. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 6. Entrega reporte a docente. 7. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación. 	<p>Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet</p>	3 horas

5	Aplicaciones empresariales de funciones cuadráticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para resolver problemas de empresariales de funciones cuadráticas. 2. Analiza problemas de empresariales de funciones cuadráticas 3. Aplica la fórmula general y factorización para obtener ganancias y pérdidas y determinar el punto de equilibrio. 4. Representa gráficamente la función y determina el dominio y el rango. 5. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 6. Entrega reporte a docente. 7. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación. 	<p>Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet</p>	4 horas
UNIDAD III				
6	Funciones exponenciales y logarítmicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para resolver problemas de crecimiento. 2. Analiza problemas de problemas de crecimiento. 3. Aplica las propiedades de las funciones exponenciales y logarítmicas para resolver los problemas de crecimiento. 4. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 5. Entrega reporte a docente. 	<p>Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet</p>	3 horas

		6. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación.		
7	Aplicaciones empresariales de funciones exponenciales y logarítmicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para resolver problemas empresariales de crecimiento. 2. Analiza problemas empresariales de crecimiento. 3. Aplica las propiedades de las funciones exponenciales y logarítmicas para resolver los problemas empresariales de crecimiento. 4. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 5. Entrega reporte a docente. 6. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación. 	<p>Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet</p>	3 horas
UNIDAD IV				
8	Operación con matrices	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para realizar operaciones con matrices. 2. Resuelve problemas de suma, resta, multiplicación y matriz inversa . 3. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 4. Entrega reporte a docente. 5. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación. 	<p>Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet</p>	3 horas

9	Solución de sistemas lineales	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para la solución de sistemas lineales. 2. Aplica la reducción de renglones. 3. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 4. Entrega reporte a docente. 5. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación. 	<p>Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet</p>	3 horas
10	Operación con determinantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para el caculo de determinante de matrices de hasta tercer orden. 2. Aplica las determinantes para resolver matrices de hasta tercer orden. 3. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 4. Entrega reporte a docente. 5. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación. 	<p>Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet</p>	3 horas
	Aplicación de matrices	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para resolver problemas de insumo producto. 2. Aplica las determinantes para resolver problemas de insumo producto. 3. Elabora reporte de ejercicios resueltos. 4. Entrega reporte a docente. 	<p>Cuaderno Lápiz Calculadora Computadora Software disponible Internet</p>	3 horas

		5. Integra al portafolio de solución de problemas de aplicación.		
--	--	--	--	--

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):

- Proporciona información sobre temas de matemáticas y los diferentes métodos de solución de ecuaciones y matrices
- Asesora en el uso de tecnologías de la información para resolver ecuaciones
- Proporciona ejemplos y problemas empresariales
- Asesora y supervisa los procesos para realizar las prácticas taller
- Propicia la participación activa del estudiante
- Elabora y aplica exámenes

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Analiza información sobre temas de matemáticas y los diferentes métodos de solución de ecuaciones y matrices
- Usa tecnologías de la información para resolver ecuaciones
- Resuelve ejercicios propuestos del ámbito empresarial
- Realizar las prácticas taller
- Participa activamente en la clase
- Elabora y entrega reportes de solución de problemas
- Resuelve exámenes

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

- 4 exámenes.....	40%
- Prácticas de taller	20%
- Participación.....	10%
- Portafolio de solución de problemas	30%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

Haeussler, E., Paul, R. y Wood, R. (2015). *Matemáticas para Administración y Economía* (13a. ed.). Estado de México, México: Pearson

Jacques, I. (2018). *Mathematics for economics and business*. 9a. ed. Pearson

Sánchez, M. (2018). *Matemáticas avanzadas para administración y dirección de empresas*. México

Tan, S. T. (2017). *Matemáticas aplicadas a los negocios, las ciencias sociales y de la vida* (6a. ed.). Toluca, México: Cengage Learning. Recuperado de: ProQuest Ebook Central <https://libcon.rec.uabc.mx:4431>

Complementarias

Budnick, F. (2007). *Matemáticas Aplicadas para administración, economía y ciencias sociales*. Recuperado de: ProQuest Ebook Central <https://libcon.rec.uabc.mx:4431>

Harshbarger, R. J y Reynolds, J. J. (2017). *Mathematical applications for the management, life, and social sciences* (12 a. ed.). Boston, M. A. USA. Cengage Learning.

Rodríguez, J. (2014). *Matemáticas aplicadas a los negocios*. Jalisco, México: Patria.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente de esta asignatura debe tener un título de Licenciatura en Economía, Ingeniería, Administración, Contaduría, Matemáticas, Física o área afín; Es deseable contar con estudios de posgrado en el área Económica Administrativa. Experiencia docente mínima deseable de dos años. Experiencia profesional mínima de tres años en matemáticas. Ser proactivo, analítico, fomentar el trabajo en equipo y los valores fundamentales establecidos en el código de ética institucional.

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:** Inglés II
- 5. Clave:**
- 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:** Inglés I

Equipo de diseño de PUA

Adriana Alcalde Morán
Victor Enrique Bañagas Hernández
Claudia Serna Rocha
Elda Areli Luque
Miguel Ángel Contreras Gallardo
Rita Muñoz Cázares

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

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: 25 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Promover el aprendizaje autónomo en el estudiante de un idioma extranjero que ha desarrollado previamente conocimiento básico para llevarlo a un nivel de conocimiento básico alto por medio del desarrollo progresivo de las cuatro habilidades (comprensión auditiva y de lectura, y expresión oral y escrita); integrando a su vez aspectos gramaticales, de léxico, de habilidades de pensamiento crítico, de cultura y valores, que le permitan entender y comunicarse con eficiencia y propiedad en situaciones cotidianas que le son familiares y proporcionando información básica.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Interpretar y utilizar frases y expresiones de uso cotidiano con base en estructuras gramaticales del nivel básico del idioma inglés (A2 según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas) relacionadas con áreas de experiencia que le son especialmente relevantes siempre que el discurso está articulado con claridad y lentitud, con respeto y cordialidad y una actitud creativa y colaborativa.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

- Redacta frases y oraciones sencillas enlazadas con conectores utilizando palabras y frases básicas que contienen vocabulario muy frecuente.
- Presenta diálogos sencillos y cortos, donde expresa ideas claras utilizando vocabulario y gramática adecuados y con pronunciación comprensible.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Trabajo y actividades de esparcimiento

Competencia:

Describir ocupaciones, trabajo, nacionalidades y actividades de entretenimiento intercambiando información, presentándose y presentando otras personas, identificando, discriminando y relacionando información al escuchar pequeños diálogos y al interactuar por medio de preguntas utilizando las formas lingüísticas necesarias en un contexto interactivo, con respeto y actitudes positivas.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 1.1. Functional competences
 - 1.1.1. Meet someone new
 - 1.1.2. Identify and describe people
 - 1.1.3. Provide personal information
 - 1.1.4. Introduce someone to a group
- 1.2. Vocabulary
 - 1.2.1. Usage of formal titles
 - 1.2.2. Describe people
 - 1.2.3. Countries and nationalities
- 1.3. Linguistic Competences
 - 1.3.1. Information questions
 - 1.3.2. Modification with adjectives
 - 1.3.3. Yes / no questions and short answers
- 1.4. Phonetics
 - 1.4.1. Intonation of questions

UNIDAD II. Direcciones

Competencia:

Describir actividades y contrastar eventos habituales al hablar con otros individuos que implique aceptar o declinar invitaciones, compartir información correcta de distintas ubicaciones para comunicar información de manera oral o escrita correctamente, con respeto, trabajo colaborativo y actitudes positivas.

Contenido:

Duración: 3 horas

2.1. Functional

- 2.1.1. Accept or decline an invitation
- 2.1.2. Express and give locations
- 2.1.3. Make plans to see an event
- 2.1.4. Talk about musical tastes

2.2. Vocabulary

- 2.2.1. Music genres
- 2.2.2. Entertainment and cultural events
- 2.2.3. Locations and directions

2.3. Linguistic competences

- 2.3.1. Prepositions of time and place
- 2.3.2. Questions with When, What time and Where

2.4. Phonetics

- 2.4.1. Intonation of questions

UNIDAD III. Familia

Competencia:

Leer textos y comunicar de manera oral y escrita actividades y rutinas físicas y cotidianas que incluya temas de cultura y familia, haciendo uso de las formas lingüísticas pertinentes para describir las diferencias y similitudes en las relaciones familiares, con respeto y actitudes positivas.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 3.1. Functional competences
 - 3.1.1. Report news about relationships
 - 3.1.2. Describe extended families
 - 3.1.3. Compare people
- 3.2. Vocabulary
 - 3.2.1. Extended family relationships
 - 3.2.2. Marital status
 - 3.2.3. Describing similarities and differences
- 3.3. Linguistic competences
 - 3.3.1. The simple present tense
 - 3.3.2. Affirmative and negative statements
 - 3.3.3. Common errors
- 3.4. Phonetics
 - 3.4.1. Third person singular verb ending

UNIDAD IV. Hablar de comida y experiencias

Competencia:

Describir condiciones de viaje y de diferentes lugares para comer, de manera oral y escrita, con vocabulario relacionado a pedidos en restaurantes, que incluya temas de salud relacionado a las propiedades de los alimentos, para interactuar con personas sobre experiencias personales, con respeto y empatía.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 4.1. Functional competences
 - 4.1.1. Ask for a restaurant recommendation
 - 4.1.2. Order from a menu
 - 4.1.3. Speak to a server and pay for a meal
 - 4.1.4. Discuss food and health
- 4.2. Vocabulary
 - 4.2.1. Parts of a meal
 - 4.2.2. Communication with a waiter or waitress
 - 4.2.3. Adjectives to describe the healthfulness of food
- 4.3. Linguistic competences
 - 4.3.1. There is and there are with count and non-count nouns
 - 4.3.2. Anything and nothing: common errors
 - 4.3.3. Usage of the definitive article "the"

UNIDAD V. Reseñas de tecnología

Competencia:

Intercambiar ideas sobre preferencias de tecnología, narrando experiencias de compras y reseñas de productos por medio de textos, con el fin de que su experiencia influya en futuros compradores al utilizar vocabulario para referirse a precios de productos con las frases lingüísticas apropiadas, en un contexto interactivo con un ambiente de participación con respeto y actitudes positivas.

Contenido:

Duración: 4 horas

5.1. Functional competences

- 5.1.1. Suggest a brand or model
- 5.1.2. Express frustration and sympathy
- 5.1.3. Describe features of products
- 5.1.4. Complain when things don't work

5.2. Vocabulary

- 5.2.1. Household appliances and electronic products
- 5.2.2. Features of manufactured products
- 5.2.3. Ways to state a problem
- 5.2.4. Ways to sympathize

5.3. Linguistic competences

- 5.3.1. The present continuous
- 5.3.2. Actions in progress and future plans
- 5.3.3. Statements and questions

UNIDAD VI. Actividades físicas

Competencia:

Leer y escribir textos cortos para comunicar actividades físicas mediante el intercambio de datos de rutinas y conocimiento en general sobre el tema, utilizando un vocabulario propio para los diferentes aspectos, con respeto y actitudes positivas.

Contenido:

Duración: 3 horas

6.1. Functional Competences

- 6.1.1. Plan an activity with someone
- 6.1.2. Talk about habitual activities
- 6.1.3. Discuss fitness and eating habits
- 6.1.4. Describe someone's routines

6.2. Vocabulary

- 6.2.1. Physical activities
- 6.2.2. Places for physical
- 6.2.3. Frequency adverbs: expansion

6.3. Linguistic Competences

- 6.3.1. Can and have to: meaning and usage
- 6.3.2. Non-action verbs
- 6.3.3. Frequency adverbs: common errors
- 6.3.4. Time expressions

UNIDAD VII. Viajes

Competencia:

Describir elementos relacionado con viajes y detalles de lugares para visitar que aborde sus preferencias y posibles problemas durante los viajes, sobre servicios para viajeros e información sobre medios de transporte para demostrar en textos cortos sus intereses personales, con creatividad y trabajo colaborativo.

Contenido:

Duración: 4 horas

7.1. Functional competences

- 7.1.1. Greet someone arriving from a trip
- 7.1.2. Ask about someone's vacation
- 7.1.3. Discuss vacation preferences
- 7.1.4. Describe good and bad travel experiences

7.2. Vocabulary

- 7.2.1. Adjectives to describe trips and vacations
- 7.2.2. Intensifiers
- 7.2.3. Ways to describe good and bad travel experiences

7.3. Linguistic competences

- 7.3.1. The past tense of be
- 7.3.2. The simple past tense
- 7.3.3. Regular and irregular verb forms

UNIDAD VIII. Ropa

Competencia:

Describir los diferentes tipos y categorías de vestimenta con amplio vocabulario para pedir ayuda a empleados en la compra y pago de ropa, con asertividad.

Contenido:

Duración: 3 horas

8.1. Functional competences

- 8.1.1. Shop and pay for clothes
- 8.1.2. Ask for a different size or color
- 8.1.3. Navigate a mall or department store
- 8.1.4. Discuss clothing do's and don'ts

8.2. Vocabulary

- 8.2.1. Types of clothing and shoes
- 8.2.2. Interior store locations and directions
- 8.2.3. Formality and appropriateness in clothing

8.3. Linguistic competences

- 8.3.1. Object pronouns: use and common errors
- 8.3.2. Comparative adjectives
- 8.3.3. Direct and indirect objects: usage rules

UNIDAD IX. Consejos para viajes

Competencia:

Hablar sobre servicios para viajeros e información sobre medios de transporte a partir de la narración de experiencias durante vacaciones usando verbos modales para brindar datos que ayuden en la planeación de vacaciones futuras, con empatía.

Contenido:

Duración: 3 horas

9.1. Functional competences

- 9.1.1. Discuss schedules and buy tickets
- 9.1.2. Book travel services
- 9.1.3. Understand airport announcements
- 9.1.4. Describe transportation problems

9.2. Vocabulary

- 9.2.1. Types of tickets and trips
- 9.2.2. Travel services
- 9.2.3. Airline passenger information
- 9.2.4. Transportation problems

9.3. Linguistic competences

- 9.3.1. Modals should and could: statements and questions
- 9.3.2. Be going to express the future: review and expansion
- 9.3.3. Modals: form, meaning and common errors

UNIDAD X. Finanzas

Competencia:

Hablar sobre recomendaciones en compras, los servicios prestados en el lugar, las ofertas, así como la negociación de un precio menor, utilizando vocabulario relacionado con términos de finanzas, para demostrar aspectos positivos o negativos de las situaciones, con objetividad y respeto.

Contenido:

Duración: 3 horas

10.1. Functional competences

- 10.1.1. Bargain for a lower price
- 10.1.2. Discuss showing appreciation for a service
- 10.1.3. Describe where to get the best deals

10.2. Vocabulary

- 10.2.1. Financial terms
- 10.2.2. How to bargain
- 10.2.3. How to describe good and bad deals

10.3. Linguistic competences

- 10.3.1. Too and enough: usage and common errors
- 10.3.2. Superlative adjectives
- 10.3.3. Usage: very, really, and too

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Producción oral	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentarse ante el grupo describiéndose brindando información personal. 2. Preguntar a los compañeros de clases por información sobre sus gustos, preferencias, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
2	Preguntas de información	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Formular y contestar preguntas de información utilizando modificaciones con adjetivos. 3. Formular preguntas con respuestas cortas: si o no. 4. Compartir las oraciones ante la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
UNIDAD II				
3	Directions and locations	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Solicitar información sobre ubicaciones. 3. Dar información precisa sobre ubicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
4	Grammar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Responder preguntas utilizando preposiciones de tiempo y lugar: When, What time and Where 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	1 hora
UNIDAD III				
5	Family	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Elaborar un texto que describa similitudes y 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. 	2 horas

		diferencias de los miembros de la familia. 3. Presentar a la familia con los compañeros de clase.	<ul style="list-style-type: none"> Reproductor de audio. Internet. 	
6	Grammar	<ol style="list-style-type: none"> Formarse en equipos. Elaborar oraciones positivas y negativas en presente sencillo. Compartir las oraciones ante la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> Libro de ejercicios base de la asignatura. Proyector. Reproductor de audio. Internet. 	1 hora
UNIDAD IV				
7	El restaurante	<ol style="list-style-type: none"> Formarse en equipos. Dramatizar una estancia en un restaurante. Simular la interacción con el personal. Ordenar comida Solicitar información sobre las propiedades de los platillos. Describir un menú. 	<ul style="list-style-type: none"> Libro de ejercicios base de la asignatura. Proyector. Reproductor de audio. Internet. 	2 horas
8	Grammar	<ol style="list-style-type: none"> Elaborar oraciones utilizando "there is, there are" Complementar las oraciones con sustantivos contables y no contables. Compartir las oraciones con la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> Libro de ejercicios base de la asignatura. Proyector. Reproductor de audio. Internet. 	2 horas
UNIDAD V				
9	Electronic devices	<ol style="list-style-type: none"> Seleccionar un electrodoméstico. Presentarlo ante el grupo destacando su marca, características, usos, precios, ventajas. Utilizar formas de demostrar problemas con aparatos 	<ul style="list-style-type: none"> Libro de ejercicios base de la asignatura. Proyector. Reproductor de audio. Internet. 	1 hora

		electrodomésticos que influya en futuras compras.		
10	Grammar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear oraciones y preguntas utilizando el presente continuo, enfocadas a acciones en progreso y planes a futuro. 2. Compartir las oraciones con la clase. 3. Compartir las oraciones con la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
UNIDAD VI				
11	Rutinas físicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describir y planear actividades físicas diarias. 2. Utilizando adverbios de frecuencias, describir hábitos alimenticios y actividades físicas. 3. Compartir el escrito con los compañeros de la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	1 hora
12	Grammar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Crear oraciones y preguntas utilizando "Can and have to". 3. Compartir las oraciones con la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	1 hora
UNIDAD VII				
13	Viajes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en parejas 2. Describir una experiencia de viaje que incluya: problemas servicios medios de transporte, entre otros. 3. Preguntar sobre preferencias de viaje: lugares, actividades, medios de transportes, comidas, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
14	Grammar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. 	2 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Elaborar oraciones utilizando “the simple past tense”. 3. Elaborar oraciones utilizando verbos regulares y no regulares. 4. Compartir las oraciones con la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	
UNIDAD VIII				
15	Compras	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipo. 2. Dramatizar un día de compras de vestimenta. 3. Preguntar por recomendaciones de moda. 4. Preguntar por tallas, colores, variedades. 5. Simular el pago de prendas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
16	Grammar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Elaborar oraciones utilizando objetos directos e indirectos. 3. Elaborar oraciones comparativas sobre vestimenta. 4. Compartir las oraciones con la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	1 hora
UNIDAD IX				
17	De vacaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Planear y ejecutar un viaje que incluya compra de boletos, reservar hoteles, equipajes, itinerario de viaje, transporte, sitios a visitar, actividades a desarrollar, entre otros. 3. Dramatizar el viaje ante la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas
18	Grammar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Elaborar oraciones utilizando “be going to”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. 	1 hora

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Utilizar verbos modales para describir experiencias de viajes. 4. Compartir las oraciones con la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reproductor de audio. • Internet. 	
UNIDAD X				
19		<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Dramatizar una compra que implique regateo. 3. Describir lugares y sitios de buenas y malas ofertas 4. Compartir las oraciones con la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	1 hora
20	Grammar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos. 2. Elaborar oraciones superlativas. 3. Crear oraciones utilizando correctamente “too and enough”. 4. Compartir las oraciones con la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libro de ejercicios base de la asignatura. • Proyector. • Reproductor de audio. • Internet. 	2 horas

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.

Estrategias de enseñanza y de aprendizaje:

El curso se desarrollará con la participación activa, tanto por parte del maestro, como del alumno. El rol del maestro será de guía y facilitador del aprendizaje, en tanto el alumno deberá comprometerse y ser responsable de su propio aprendizaje, así como activo y participativo.

La metodología de la enseñanza de un idioma como lengua extranjera, parte de la amplitud del concepto de competencia comunicativa y propone la construcción, por parte del estudiante, de sus propios conocimientos. Para ello emplea estrategias didácticas que favorecen el aprendizaje autónomo, significativo, cooperativo y basados en lo cognitivo, humanístico y comprensión de información significativa.

Asimismo, se ejercita en la reflexión y desarrollo de actitudes y valores favorables al aprendizaje y la convivencia con sus semejantes. En los niveles básicos son recomendables los enfoques más estructurados, pero que contribuyen día a día a la construcción de la autonomía en el aprendizaje y uso de los diferentes elementos de la competencia comunicativa.

Modelos de enseñanza como el de Presentación-Práctica-Producción (PPP); Involucrar-Estudiar-Activar (ESA por sus siglas en inglés); o las técnicas de la Respuesta Física Total (TPR) proveen de herramientas metodológicas y técnicas adecuadas que parten de manera paulatina a partir de las actividades controladas por el maestro hacia la mayor autonomía, siempre tomando en cuenta los conocimientos y experiencias previas del estudiante que deben obtener para enriquecer el aprendizaje del grupo y encaminarlo al fin esencial de un idioma: La comunicación para satisfacer necesidades intelectuales, materiales y afectivas.

En el proceso de adquisición y aprendizaje de la competencia comunicativa, el estudiante realiza actividades diversas en el aula, como son las dramatizaciones, repetición e improvisación de diálogos cortos similares a los de la vida real, actividades auditivas para completar información (Information gaps), presentaciones breves, discusiones, trabajo en parejas o pequeños grupos de tareas, redacción de textos prácticos breves, lecturas activas mediante estrategias explícitas, etcétera.

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

- Exámenes parciales escritos	40%
- Exámenes orales y presentaciones individuales o grupales	20%
- Trabajos, proyectos y tareas	20%
- Participación interactiva	20%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

Ascher A., & Saslow, J. M. (2015). *Top Notch Fundamentals (3rd. Ed.)*. Pearson Longman. [clásica]

Soars, J., & Soars, L. (2001). *American Headway 1. Proven success beyond the classroom*. Oxford. [clásica]

Soars, J., & Soars, L. (2002). *American Headway Starter*. Oxford University Press. [clásica]

Complementarias

Harmer, J. (1998). *How to Teach English*. Longman. [Clásico]

Murphy, R. (1995). *Grammar in Use*. Cambridge University Press. [Clásico]

Schramper, B. (2003). *Fundamentals of English Grammar (3rd ed.)*. Longman. [Clásico]

Shaw, H. (1993). *Errors in English and ways to correct them (4th ed.)*. Harper Perennial. [Clásico]

X. PERFIL DEL DOCENTE

Licenciado en Enseñanza de Lenguas, Licenciado en Idiomas, Licenciado en Traducción, Profesionista certificado en Lenguas o que demuestre dominio de idiomas. Con experiencia docente en la educación superior. Que sea responsable, organizado, empático con los estudiantes y motivador en el dominio de un segundo idioma.

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:** Estadística
- 5. Clave:**
- 6. HC:** 01 **HT:** 03 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 01 **CR:** 05
- 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

Carlos Alberto Flores Sánchez
Claudia Lizeth Márquez Martínez
Juan Antonio Meza Fregoso
Laura Dennisse Carrasco Peña
Margarita Ramírez Torres
Roberto Carlos Valdés Hernández
Virginia Guadalupe López Torres

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: 11 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Estadística tiene como propósito dotar al estudiante con conocimientos y habilidades para el análisis de datos utilizando los métodos de la estadística descriptiva e inferencial y la aplicación de las tecnologías de la información y comunicación para soportar la toma de decisiones.

Esta unidad de aprendizaje pertenece a la etapa básica con carácter obligatorio y forma parte del tronco común de la DES Económico Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar e interpretar datos e información, utilizando los métodos de la estadística descriptiva e inferencial con el apoyo de las tecnologías de la información y comunicación, para la toma de decisiones en la solución de problemas del área económico-administrativa, con pensamiento analítico, precisión, honestidad y ética profesional.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elaborar un proyecto final que aplique los métodos de la estadística descriptiva e inferencial, mediante la utilización de los paquetes computacionales estadísticos, que permitan analizar e interpretar el conjunto de datos en la solución de problemas. El documento debe integrar: la descripción de la problemática, justificación de la herramienta de análisis, metodología de trabajo (aplicación de uno o más métodos estadísticos seleccionados, recolección de datos o indicación de fuentes de información y bancos de datos utilizadas), principales resultados obtenidos e inferencias, conclusiones y referencias.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción a la estadística

Competencia:

Calcular los indicadores descriptivos de tendencia central, posición, forma y variabilidad de datos agrupados y no agrupados, además de su representación gráfica, para conocer el comportamiento de las variables, mediante el uso de tecnologías de la información, con responsabilidad, actitud ordenada y analítica.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 1.1 Conceptos generales de estadística (definición, tipos de estadística, importancia, población, muestra, tipos de variables, escalas de medición)
- 1.2 Distribución de frecuencia
- 1.3 Representación de datos (gráficas y sus tipos; tablas)
- 1.4 Medidas de ubicación (tendencia central, dispersión, posición y forma)

UNIDAD II. Teoría de probabilidad y distribuciones de probabilidad.

Competencia:

Describir el comportamiento de variables discretas y continuas, a través de la distribución de probabilidad adecuada y apoyo de tecnologías de la información, para medir la certeza o incertidumbre de ocurrencia de un evento, con responsabilidad, actitud ordenada y analítica.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1 Conceptos y reglas de probabilidad
- 2.2 Teorema de Bayes
- 2.3 Distribuciones de probabilidad discreta (binomial, hipergeométrica y Poisson)
- 2.4 Distribuciones de probabilidad continua (uniforme, normal, exponencial)

UNIDAD III. UNIDAD III. Estimación y muestreo

Competencia:

Aplicar técnicas y metodologías de la estadística inferencial, mediante la estimación de parámetros de interés y diseño de muestreo, para solucionar problemas del área de las ciencias económico-administrativa, con responsabilidad, actitud creativa y analítica.

Contenido:

- 3.1 Estimación e intervalos de confianza (media, proporción, desviación estándar)
- 3.2 Métodos de muestreo
- 3.4 Teorema central del límite
- 3.3 Tamaño de la muestra

Duración: 4 horas

UNIDAD IV. Análisis de correlación y regresión lineal

Competencia:

Determinar la ecuación que optimice el pronóstico, a partir de los datos de la muestra o población y el uso de tecnologías de información y comunicación, para la estimación de parámetros o estadísticos que permitan la efectiva toma de decisiones, con responsabilidad, actitud ordenada, pensamiento y sentido crítico.

Contenido:

Duración: 5 horas

UNIDAD IV.

- 4.1. Correlación y coeficientes
- 4.2. Análisis de regresión lineal
- 4.3. Regresión múltiple

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Calcular las medidas de tendencia central, posición, forma y variabilidad para datos no agrupados.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente deberá explicar un ejercicio con datos reales de una organización como punto de partida. 2. A partir de los datos proporcionados el estudiante calcula con apoyo de un software estadístico: la media, mediana, moda, rango, varianza, desviación estándar, coeficiente de asimetría, coeficiente de variabilidad, cuartiles, percentiles, rango intercuartílico. 3. Interpreta y analiza los resultados. 4. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora.	2 horas
2	Distribución de frecuencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente deberá explicar un ejercicio con datos reales de una organización como punto de partida. 2. Definir el número de clases. 3. Establecer las clases y frecuencias absolutas y relativas observadas en cada una de ellas. (1. Cálculo del rango 2. Designación del número de 	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora	5 horas

		<p>clases 3. Cálculo de la amplitud 4. Cálculo de los límites de clase 5. Cálculo de los límites reales de clase 6. Encontrando la marca de clase 7. Conteo y Frecuencia Absoluta 8. Frecuencia Relativa 9. Frecuencias Absolutas y Relativas Acumuladas 10. Histograma y Polígono de Frecuencias)</p> <p>4. Diseña figura y tabla que describa las clases y las frecuencias de acuerdo al formato APA.</p> <p>5. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente.</p>		
3	Calcular las medidas de tendencia central, posición, forma y variabilidad agrupados.	<p>1. El docente deberá explicar un ejercicio con datos reales de una organización como punto de partida.</p> <p>2. A partir de los datos proporcionados el estudiante calcula con apoyo de un software estadístico: la media, mediana, moda, rango, varianza, desviación estándar, coeficiente de asimetría, coeficiente de variabilidad, cuartiles, percentiles, rango intercuartílico.</p> <p>3. Interpreta y analiza los resultados.</p>	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora	2 horas

		4. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente.		
UNIDAD II				
4	Distribuciones de probabilidad discretas	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente explica a través de ejemplos las distribuciones de probabilidad discreta y proporciona los datos de un problema real a los estudiantes. 2. Determina el tipo de distribución discreta de los datos proporcionados. 3. Calcula la probabilidad de ocurrencia de un evento 4. Interpreta y analiza los resultados. 5. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora	6 horas
5	Distribuciones de probabilidad continua	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente explica a través de ejemplos las distribuciones de probabilidad continua y proporciona los datos de un problema real a los estudiantes. 2. Determina el tipo de distribución continua de los datos proporcionados. 3. Calcula la probabilidad de ocurrencia de un evento. 4. Interpreta y analiza los resultados. 	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora	4 horas

		5. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente.		
UNIDAD III				
6	Diseño de muestreo	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente proporciona los datos de uno o más casos de una organización para el diseño del muestreo considerando la meta a lograr. 2. El estudiante atiende las indicaciones del docente para realizar el diseño del muestreo. 3. Analiza los datos proporcionados e identifica el tipo de muestreo que debe aplicar. 4. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora	4 horas
7	Determinación de tamaño de muestra	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente proporciona datos de varios casos representativos de una organización. 2. El estudiante a partir de los datos, identifica el tipo de fórmula a utilizar para el cálculo del tamaño de la muestra. 3. Calcula el tamaño de la muestra aplicando la fórmula o una herramienta digital disponible. 	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora	4 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Establece la estrategia de trabajo en campo de acuerdo al diseño de muestreo. 5. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 		
UNIDAD IV				
8	Correlación	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente proporciona datos de variables de una organización. 2. El estudiante a partir de los datos, identifica la variable dependiente e independiente y si enfoque a aplicar es paramétrico o no paramétrico. 3. Calcula el coeficiente de correlación entre la variable dependiente y las variables independientes. 4. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora	3 horas
9	Regresión lineal	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente proporciona datos de variables de una organización. 2. El estudiante a partir de los datos, identifica la variable dependiente e independiente. 3. Calcula la ecuación de regresión lineal simple. 	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora	9 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Interpreta y analiza los resultados de la regresión. 5. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 		
10	Regresión múltiple	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente proporciona datos de variables de una organización. 2. El estudiante a partir de los datos, identifica la variable dependiente e independientes. 3. Calcula la ecuación de regresión lineal múltiple. 4. Interpreta y analiza los resultados de la regresión. 5. Entrega al docente el reporte de práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 	Software estadístico disponible (Excel, PSPP, SPSS), computadora	9 horas

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):

- Proporciona información sobre temas de estadística y los diferentes métodos para calcular estadígrafos y parámetros
- Asesora en el uso de tecnologías de la información para realizar calculo estadísticos
- Proporciona datos y ejemplos de cálculos estadísticos
- Asesora los procesos para realizar el trabajo final
- Propicia la participación activa del estudiante
- Elabora y aplica exámenes
- Proporciona bases para la inferencia estadística a partir de los resultados

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga información sobre temas de estadística y los diferentes métodos para calcular estadígrafos y parámetros
- Aplica en el uso de tecnologías de la información para realizar calculo estadísticos
- Aplica fórmulas para el análisis e interpretación de datos estadísticos
- Elabora el trabajo final
- Participa activamente del estudiante
- Resuelve exámenes

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

- 4 exámenes.....	40%
- Tareas	10%
- Prácticas de taller	20%
- Proyecto final (reporte escrito y exposición).....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Anderson, D. R. (2016). Estadística para negocios y economía. (12a ed.), México: Cengage Learning.</p> <p>Levine, D. M. (2014). Estadística para administración. (6ª ed.), México: Pearson.</p> <p>Lind, A. D. (2015). Estadística aplicada a los negocios y a la economía. (16a ed.), México: McGraw-Hill.</p> <p>Mendenhall, W. (2015). Introducción a la probabilidad y estadística. (14a ed.), México: Cengage Learning.</p> <p>Rodríguez, F. J. (2014). Estadística aplicada II: estadística en administración para la toma de decisiones. México: Grupo Editorial Patria.</p> <p>Rodríguez, F. J. (2014). Estadística para administración. México: Grupo Editorial Patria.</p> <p>Triola, M. F. (2013). Estadística: actualización tecnológica. (11a ed.), México: Pearson Educación.</p> <p>Priyadarsini, K., Latha, A., Jaisankar, S., & Poongodi, B. (2017). Business Statistics : Workbook Using Excel: Vol. First edition. Laxmi Publications Pvt Ltd.</p> <p>Levine, D. M., Szabat, K. A., & Stephan, D. (2016). Business statistics : a first course (7th ed.). Pearson.</p> <p>Beck, V. L. (2017). <i>Linear Regression : Models, Analysis, and Applications</i>. Nova Science Publishers, Inc.</p> <p>Snell, J. C. (2020). Multiple Regression: Evolution and Analysis. <i>Education</i>, 140(4), 187.</p>	<p>Alvarado, V.V. (2014). Probabilidad y estadística. México: Grupo Editorial Patria.</p> <p>Domínguez, D.J. (2015). Estadística para administración y economía. México: Alfaomega.</p> <p>Fontana, D. B. (2014). Probabilidad y estadística. México: UNAM Facultad de Ingeniería.</p> <p>Funelabrada, D. T. (2014). Probabilidad y estadística. (4a ed.), México: McGraw-Hill.</p> <p>Garza, O. B. (2014). Estadística y probabilidad. México: Pearson Educación.</p> <p>Newbold, P. (2013). Estadística para administración y economía. (8a ed.), Madrid: Pearson.</p> <p>Spiegel, M. R. (2013). Probabilidad y estadística. (4a ed.), New York: McGraw-Hill.</p> <p>Krieg, E. J. . V. (2020). Statistics and data analysis for social science. Sage.</p> <p>Using Statistics in the Social and Health Sciences with SPSS and Excel. (2016). John Wiley & Sons, Inc.</p> <p>Witte, R. S., & Witte, J. S. (2017). Statistics (11th ed.).</p> <p>Matias D. Cattaneo, & Juan Carlos Escanciano. (2017). Regression Discontinuity Designs: Theory and Applications: Vol. First edition. Emerald Publishing Limited.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente de esta asignatura debe tener un título de Licenciatura en Economía, Ingeniería, Administración, Contaduría, Matemáticas, Física o área afín; Es deseable contar con estudios de posgrado en el área Económica Administrativa. Con conocimiento avanzadas en estadística inferencial. Experiencia docente mínima deseable de dos años. Experiencia profesional mínima de tres años en el área de estadística. Ser proactivo, analítico, fomentar el trabajo en equipo y los valores fundamentales establecidos en el código de ética institucional.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** 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:** Introducción a la Mercadotecnia
- 5. Clave:**
- 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

Arturo Julian Arroyo Cossio
Isabel Morteo Stolle
Jesús Manuel Lucero Acosta
Karen Gardenia Ramos Higuera
Monica Claudia Casas Paez

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: 11 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Introducción a la Mercadotecnia tiene como propósito dotar al estudiante con los conocimientos básicos de la Mercadotecnia y su impacto en la toma de decisiones del rumbo estratégico de la organización. Esta asignatura pertenece a la etapa básica con carácter obligatorio y forma parte del Tronco Común de la DES Económica-Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar el ambiente interno y externo de la mercadotecnia en las organizaciones, mediante la aplicación de los modelos de diagnóstico emergentes, con el fin de fundamentar la toma de decisiones, con responsabilidad, pensamiento crítico y compromiso.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Informe de investigación descriptiva de las prácticas de mercadotecnia llevadas a cabo en una empresa de la región, considerando los apartados siguientes: aplicación de Kotler's Marketing Environment Model, validar el uso de investigación de mercado para la toma de decisiones de la organización, definir el mercado meta de la organización, definir el posicionamiento de mercado de la organización en congruencia con las características de cada uno, describir la mezcla de mercadotecnia de la organización y sus implicaciones legales.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos básicos de la mercadotecnia

Competencia:

Contextualizar los conceptos de la mercadotecnia, mediante el análisis de las organizaciones, para reconocer su aplicación en estas, con actitud analítica y reflexiva.

Contenido:

- 1.1. Mercadotecnia.
- 1.2. Intercambio.
- 1.3. Producto.
- 1.4. Servicio.
- 1.5. Necesidad.
- 1.6. Deseo.
- 1.7. Segmentación.
- 1.8. Segmento
- 1.9. Mercado meta
- 1.10. Valor.
- 1.11. Experiencia.
- 1.12. Proceso de la mercadotecnia

Duración: 4 horas

UNIDAD II. Investigación del mercado y entorno económico

Competencia:

Identificar la aplicación de las herramientas de análisis del entorno y la investigación de mercados, a través de los modelos y técnicas de investigación de mercados, para dimensionar su importancia en la toma de decisiones de mercadotecnia alineadas a los objetivos de la organización, con actitud analítica, honestidad, objetividad e imparcialidad.

Contenido:

Duración: 10 horas

2.1. Definición y alcance

2.1.1 Kotler's Marketing Environment Model: El ambiente interno y externo de la mercadotecnia (alcance global)

2.1.2 Herramientas para el análisis externo e interno de la mercadotecnia

2.1.1.1 Matriz de Factores Internos

2.1.1.2 Matriz de Factores Externos

2.1.1.3 Pestel

2.1.1.4 FODA

2.1.1.5 Cadena de valor

2.1.1.6 Las cinco fuerzas de Porter

2.2. Investigación de mercado

2.2.1 Investigación cuantitativa

2.2.2 Investigación cualitativa

2.2.3 Fuentes de información primaria y secundaria

UNIDAD III. Mercado meta

Competencia:

Examinar los principios de segmentación de mercados y del comportamiento de compra, para identificar el mercado meta de una organización, mediante la aplicación de las variables de segmentación, con actitud creatividad, analítica y propositiva.

Contenido:

- 3.1 Definir mercado meta.
 - 3.1.1 Bases de segmentación: geográfico, socioeconómicos, demográficos y psicográficos.
 - 3.1.2 Proceso de compra
 - 3.1.2.1 Reconocimiento de la necesidad.
 - 3.1.2.2 Búsqueda de información
 - 3.1.2.3 Evaluación de alternativas
 - 3.1.2.4 Decisión
 - 3.1.2.5 Evaluación de compra.

Duración: 6 horas

UNIDAD IV. Plan de mercadotecnia

Competencia:

Analizar los elementos básicos de un plan de mercadotecnia, a través de la identificación de sus componentes, para apoyar el cumplimiento de los objetivos de la organización, con rigor metodológico, pensamiento crítico y pertinencia.

Contenido:

Duración: 8 horas

4.1 Estructura general del plan de mercadotecnia

4.1.1 Misión

4.1.2 Análisis de la situación

4.1.3 Estrategias de mercadotecnia

4.1.3.1 En función de su posicionamiento: líder, retador, seguidor, nicho

4.1.4 Mezcla de mercadotecnia

4.1.4.1 4Ps

4.1.4.2 7Ps

4.1.4.3 Modelo de comunicación 4Cs

4.1.5 Implementación y control

UNIDAD V. Ética y normatividad en mercadotecnia

Competencia:

Analizar los principios éticos y normativa que rigen el comportamiento de un profesional de la mercadotecnia, para reconocer la implicación de su conducta en las organizaciones, mediante la revisión del marco regulatorio, con actitud analítica, honestidad y compromiso social.

Contenido:

Duración: 4 horas

5.1 Ética en la mercadotecnia

5.1.1 Código de ética del mercadólogo

5.1.2 Normatividad y registro de marcas

5.1.2.1 PROFECO

5.1.2.1.1 Diagnóstico publicitario

5.1.2.1.2 Monitoreo de Tiendas Virtuales

5.1.2.2 IMPI

5.1.2.2.1 Solicitud de registro de marca ante el IMPI

5.1.2.2.2 Publicación de nombre comercial

5.1.2.2.3 Autorización para usar una denominación de origen

5.1.2.3 INDAUTOR

5.1.2.3.1 Registro de obra musical

5.1.2.3.2 Obra programa de Radio y Televisión

5.1.2.3.3 Registro de obra pictórica o de dibujo

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Aplicación de herramientas de análisis interno y externo	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones para realizar un análisis interno y externo de una organización. 2. Se organiza en equipos. 3. Selecciona una organización. 4. Consultar y enlistar fuentes de información primarias y secundarias pertinentes relacionadas con la industria u organización. 5. Aplica las técnicas de análisis interno y externo en la organización. 6. Elabora un reporte en donde describa los hallazgos del análisis de acuerdo a la estructura del modelo. 7. Entrega reporte al docente. 	Bibliografía Internet Computadora Hojas Bolígrafos	6 horas
UNIDAD III				
2	Segmentación y comportamiento de compra	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones para determinar la segmentación y comportamiento de compra. 2. Realizar una investigación documental para identificar los conceptos de las diferentes bases para la segmentación. 	Bibliografía Internet Computadora Hojas Bolígrafos	12 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Construye segmentos basados en los perfiles, económico, geográfico, demográfico y psicográfico. 4. Con la información recabada de la organización, determina los segmentos que atiende. 5. Elabora un reporte en donde describa el segmento de la organización analizada. 6. Entrega reporte al docente. 		
UNIDAD IV				
3	Posiciones de mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investiga las posiciones de mercado de las organizaciones. 2. Realizar una infografía de cada una de las posiciones de mercado de las organizaciones, líder, retador, seguidor, nicho. 3. De acuerdo a la información y análisis de la organización seleccionada, determina la posición de mercado según su perfil. 4. Entrega infografía y análisis de la organización al docente. 	<p>Computadora Internet Software (plantillas de infografía en plataformas libres)</p>	7 horas
UNIDAD V				
4	Catalogo de consulta para tramites básicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa la normatividad vigente que regula la práctica del mercadólogo y 		7 horas

		las practicas comerciales en las organizaciones.		
--	--	--	--	--

		2. Realiza un catalogo de consulta para trámites básicos.		
--	--	---	--	--

		3. Elabora un video con una duración de 5 minutas en donde explique el catalogo. Se evcaluará de acuerdo a la rubrica que el docente determine.		
--	--	---	--	--

		4. Presenta el catalogo al grupo y docente.		
--	--	---	--	--

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):

- Proporciona información y explica temáticas sobre la introducción a la mercadotecnia e investigación de mercados, plan de mercadotecnia, modelos de mercadotecnia
- Explica a través de ejemplos las temáticas de las unidades
- Explica y supervisa la prácticas de taller
- Elabora y aplica exámenes
- Propicia la participacion activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta información sobre temáticas sobre la introducción a la mercadotecnia e investigación de mercados, plan de mercadotecnia, modelos de mercadotecnia
- Realiza ejercicios de las temáticas de las unidades
- Desarrolla prácticas de taller
- Presenta exámenes
- Participa activamente en la clase
- Trabaja en equipo

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 exámenes parciales10%
- Portafolio de evidencia de prácticas ... 50%
- Evidencia de aprendizaje final 35%
- Participación en clase5%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas

- American Marketing Association. (2020). Retrieved from Codes of Conduct | AMA Statement of Ethics: <https://www.ama.org/codes-of-conduct/>
- Fischer, L. & Espejo, J. (2016). Mercadotecnia. 5ta ed. McGraw Hill Education.
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (n.d.). Retrieved from Solicitud de registro de marca ante el IMPI: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88>
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (n.d.). Retrieved from Publicación de nombre comercial: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/publicacion-de-nombre-comercial/IMPI363>
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (n.d.). Retrieved from Autorización para usar una denominación de origen: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/autorizacion-para-usar-una-denominacion-de-origen/IMPI3172>
- Instituto Nacional del Derecho de Autor. (n.d.). Retrieved from Registro de obra musical, con o sin letra: https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/registro/obra_musical.html
- Instituto Nacional del Derecho de Autor. (n.d.). Retrieved from Registro de obra programa de radio y televisión: https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/registro/obra_radio.html
- Instituto Nacional del Derecho de Autor. (n.d.). Retrieved from Registro de obra pictórica o de dibujo: https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/registro/obra_pictorica.html
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Fundamentos de marketing 13 ed. Ciudad de México: Pearson.
- Lamb, C., Hair, C. W. & Mcdaniel, J. F. (2019). Mktg. 8va ed. Cengage Learning.

Complementarias

- Blog: G2 Hub - <https://learn.g2.com/hub/types-of-marketing>
- Blog: Hubspot - <https://blog.hubspot.com/marketing/sales-terms-glossary>

Procuraduría Federal del Consumidor. (2019, 8 1). Retrieved from Diagnóstico Publicitario (Copy Advice):
<https://www.gob.mx/profeco/documentos/diagnostico-publicitario-copy-advice?state=published>
Procuraduría Federal del Consumidor. (2020, 10 12). Retrieved from Monitoreo de Tiendas Virtuales:
<https://www.gob.mx/profeco/documentos/monitoreo-de-tiendas-virtuales-114564?state=published>

X. PERFIL DEL DOCENTE

Licenciatura en Mercadotecnia o en Administración de Empresas, con Maestría en Mercadotecnia / Maestría en Administración con énfasis en Mercadotecnia, deseable Doctorado en Ciencias Administrativas con enfoque en Mercadotecnia. Experiencia laboral en el área de Mercadotecnia (mínimo 6 años) (comprobable), Experiencia docente (mínimo 1 año), con carta de recomendación.

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:**
- 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:

Identificar 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 Se entrega al docente el reporte para su revisión y retroalimentación. 	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 Entregan al docente el reporte para su revisión y retroalimentación. 	Computadora Internet Material bibliográfico Proyector de imágenes	4 horas
3	Organismos turísticos internacionales, nacionales, estatales y empresariales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende la exposición del maestro sobre los organismos turísticos. 	Computadora Internet Material bibliográfico	4 horas

		<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. <p>El docente evalúa los resultados y retroalimenta</p>	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. 	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. 	Computadora Internet Material bibliográfico Proyector de imágenes	14 horas

		<p>3. Se elaborará un diagnóstico de los recursos naturales y culturales disponibles</p> <p>4. Se desarrollará el contenido de la propuesta de negocio turístico, siguiendo un procedimiento calendarizado.</p> <p>5. Se expondrán sus resultados ante el docente y el grupo</p> <p>6. Se entrega al docente el reporte para su revisión y retroalimentación.</p>		
--	--	---	--	--

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):

El docente presentará conceptos y ejemplos en sus exposiciones teórico-prácticas, utilizará diferentes técnicas de aprendizaje, como la expositiva con proyección de imágenes, recurrirá al método de elaboración de una propuesta de proyecto y el aprendizaje complementario estará basado en identificación de oportunidades, análisis de videos sobre el turismo, incluyendo tareas en casa, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

El alumno identificará oportunidades de negocio dentro del ámbito turístico y, trabajando en equipo, desarrollará una propuesta de proyecto de inversión turística la cual expondrá con el uso de gráficos o imágenes de apoyo y se entregará un reporte final de su propuesta.

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>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>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>Gobierno de México. Programa Sectorial de Turismo 2020-2024. Secretaría de Turismo. Recuperado de http://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/PROSECTUR_2020-2024.pdf (o actual).</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>. Recuperado de</p>	<p>Alonso, G. (2008). Marketing de Servicios: Reinterpretando la Cadena de Valor. <i>Palermo Business</i>. [Clásica]</p> <p>Barber, E. How to measure the “value” in value chains. <i>International Journal of Physical Distribution and Logistics Management</i>. 2008; 38(9): 685-698. [Clásica]</p> <p>Champion, D. Mastering the Value Chain. <i>Harvard Business Review</i>. 2001; 79(6): 108-115. [Clásica]</p> <p>Dubbeling, M., Hoekstra, F., Veenhuizen, R. (2011). De la Semilla a la Mesa: Desarrollo de cadenas de valor en agricultura urbana. <i>Revista Agricultura Urbana</i>. 2011; 24: 3-11 Recuperado de www.ipes.org/au y www.ruaf.org . [Clásica]</p> <p>Feller, A., Shunk, D., y Callarman T. Value Chains versus Supply Chains. <i>BPTrends</i>, 2006, 1-7. [Clásica]</p> <p>Morales, L. y Camacho, A. (2019). <i>Productividad de las empresas y su competitividad en los mercados</i>. México: Pearson.</p>

www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/205/download/5998

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2020). Datos. PIB y cuentas nacionales turismo 2020. Indicadores de la actividad turística. <https://www.inegi.org.mx/temas/itat/> (o actual).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2020). Datos. PIB y cuentas nacionales turismo 2020. Turismo. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/> (o actual).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2018). Sistema de Cuentas Nacionales de México 2018. Fuentes y metodologías Año base 2013. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/turismo/2013/doc/met_cstm.pd (o actual).

Kot, S., Ślusarczyk, B., Klaudia, S. (2014). The Supply Chain of a Tourism Product. Conference: Proceedings of 6th International Conference on Management, Finance & Entrepreneurship (ICMFE-2015). En: Estambul. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/283486657_The_Supply_Chain_of_a_Tourism_Product

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*. México: Trillas. [Clásica]

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

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Fundamentos del Turismo en los Negocios deberá contar con título de licenciatura en Gestión Turística, ciencias económico-administrativas o área afín, preferentemente posgrado en área afín. Experiencia profesional en negocios turísticos. Asimismo, preferentemente poseer experiencia como docente mínima de dos años. Ser proactivo, responsable y propiciar el aprendizaje significativo de los estudiantes.

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:** Introducción a la Contabilidad
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 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

Loreto María Bravo Zanoquera
Teresa de Jesús Plazola Rivera
María Soledad Plazola Rivera
Seidi Iliana Pérez Chavira
María del Mar Obregón Angulo

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: 11 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Introducción a la Contabilidad tiene como propósito que el estudiante conozca el marco normativo que regula la contabilidad y el procedimiento de registro de las operaciones, para generar información financiera que apoye a la toma de decisiones en las organizaciones.
Esta unidad de aprendizaje opera en la etapa básica obligatoria y pertenece al Tronco Común de la DES Económico-Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Elaborar la balanza de comprobación, mediante el procedimiento de registro de las operaciones que realiza una entidad y el marco normativo que regula la práctica contable, para la obtención de información financiera que apoye la toma de decisiones, con actitud analítica, responsabilidad y honestidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elaborar una balanza de comprobación mediante la resolución de casos prácticos y una práctica final integradora donde identifique de manera general el procedimiento de contabilización que se requiere para la formulación de los estados financieros y le permita una mejor toma de decisiones.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos básicos de contabilidad

Competencia:

Identificar los conceptos básicos de la contabilidad, a través del estudio de sus teorías, evolución, metodología y marco regulatorio, para contextualizar su importancia y aplicación en el proceso de toma de decisiones de las organizaciones, con pensamiento crítico, reflexivo y respeto a la normatividad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Antecedentes y evolución de la contabilidad
- 1.2. Necesidades que satisface la contabilidad
- 1.3. Concepto y tipos de entidad
- 1.4. La contabilidad como un sistema de información
- 1.5. Características y objetivos de la información contable
- 1.6. Usuarios de la contabilidad
- 1.7. Definición de contabilidad
- 1.8. Tipos de contabilidad
- 1.9. Organismos y normas que regulan la contabilidad
- 1.10. Diferencia entre contaduría y contabilidad
- 1.11. Organización de la teoría contable en México

UNIDAD II. Nociones de estados financieros

Competencia:

Identificar los elementos que integran los estados financieros, mediante el estudio de su estructura y la normatividad que la regula, con el fin de presentar la situación financiera y desempeño de las entidades, para la adecuada toma de decisiones de los usuarios, con objetividad, honestidad y oportunidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Concepto
- 2.2. Clasificación
- 2.3. Estado de situación financiera o balance general
 - 2.3.1. Recursos y obligaciones
 - 2.3.2. Concepto
 - 2.3.3. Necesidad que satisface
 - 2.3.4. Elementos y su clasificación
 - 2.3.5. Formas de presentarlo
 - 2.3.6. Estado de situación financiera o balance general en inglés
- 2.4. Estado de resultados integral
 - 2.4.1. Concepto
 - 2.4.2. Necesidad que satisface
 - 2.4.3. Elementos y su clasificación
 - 2.4.4. Interrelación entre el balance general y el estado de resultados
 - 2.4.5. Estado de resultados integral en inglés

UNIDAD III. Registros contables

Competencia:

Elaborar registros contables de las operaciones que realiza una organización, aplicando la técnica contable, para formular adecuadamente la balanza de comprobación, con objetividad, veracidad y oportunidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Proceso del registro contable
- 3.2. Captación de datos
- 3.3. Libros de contabilidad
- 3.4. Documentos fuentes o comprobatorios
 - 3.4.1. Concepto
 - 3.4.2. Ejemplos
- 3.5. Teoría de la partida doble
- 3.6. La cuenta
- 3.7. Reglas de cargo y abono
- 3.8. Catálogo de cuentas
 - 3.8.1. Cuentas de balance
 - 5.7.3 Cuentas de Resultados
- 3.9. Instructivo del catálogo de cuentas
- 3.10. Guía contabilizadora

UNIDAD IV. Registro contable de las operaciones de una empresa de servicios

Competencia:

Elaborar registros contables de las operaciones que realiza una empresa de servicios, aplicando la técnica contable, para formular adecuadamente la balanza de comprobación, con objetividad, veracidad y oportunidad.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 4.1. Identificación de la empresa
- 4.2. Cuentas características de una empresa de servicios
- 4.3. Registro de un caso práctico en libros diario, mayor y auxiliares
- 4.4. Balanza de Comprobación

UNIDAD V. Registro contable de las operaciones de una empresa comercial con procedimiento analítico

Competencia:

Elaborar registros contables de las operaciones que realiza una empresa comercial, aplicando el procedimiento analítico, para formular adecuadamente la balanza de comprobación, con objetividad, veracidad y oportunidad.

Contenido:

- 5.1. Procedimientos de registro de mercancías
- 5.2. Procedimiento Analítico
- 5.3. Identificación de la empresa
- 5.4. Características del procedimiento analítico
- 5.5. Cuentas utilizadas
- 5.6. Ventajas y desventajas
- 5.7. Registro de un caso práctico en libros diario, mayor y auxiliares
- 5.8. Elaboración de la balanza de comprobación

Duración: 4 horas

UNIDAD VI. Registro contable de las operaciones de una empresa comercial con procedimiento analítico

Competencia:

Elaborar registros contables de las operaciones que realiza una empresa comercial, aplicando el procedimiento de inventarios perpetuos, para formular adecuadamente la balanza de comprobación, con objetividad, veracidad y oportunidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 6.1. Procedimiento de Inventarios perpetuos
- 6.2. Identificación de la empresa
- 6.3. Características del procedimiento perpetuo.
- 6.4. Cuentas utilizadas
- 6.5. Ventajas y Desventajas
- 6.6. Registro de un caso práctico en libros diario, mayor y auxiliares
- 6.7. Elaboración de la balanza de comprobación
- 6.8. Diferencia entre el procedimiento perpetuo y el analítico

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Elaboración de estados financieros	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para elaborar los estados financieros. 2. Analiza el marco teórico y normativa para estados financieros. 3. Revisar relación de cuentas y conceptos. 4. Identifica y clasifica las cuentas en resultados y balances. 5. Elabora y estructura el estado de resultados. 6. Elabora y estructura el balance general. 7. Entrega ejercicios resueltos al docente. 	Computadora Internet Bibliografía Calculadora Lápiz Cuaderno Borrador	10 horas
UNIDAD III				
2	Elaboración de registros contables	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para elaborar los registros contables. 2. Analiza el marco teórico y normativa para elaborar los registros contables. 3. Revisar relación de cuentas y conceptos. 4. Registra las operaciones en el libro diario. 5. Registra las operaciones en el libro mayor. 	Computadora Internet Bibliografía Calculadora Lápiz Cuaderno Borrador	13 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 6. Totaliza movimientos deudores y acreedores de cada una de las cuentas. 7. Determina saldos de cada una de las cuentas. 8. Elabora la balanza de comprobación. 9. Entrega ejercicios resueltos al docente. 		
UNIDAD IV				
3	Elaboración de registros contables en una empresa de servicios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones del profesor para elaborar los registros contables para una empresa de servicios. 2. Analiza el marco teórico y normativa para elaborar los registros contables para una empresa de servicios. 3. Revisar relación de cuentas y conceptos. 4. Registra las operaciones en el libro diario. 5. Registra las operaciones en el libro mayor. 6. Totaliza movimientos deudores y acreedores de cada una de las cuentas. 7. Determina saldos de cada una de las cuentas. 8. Elabora la balanza de comprobación. 9. Entrega ejercicios resueltos al docente. 	Computadora Internet Bibliografía Calculadora Lápiz Cuaderno Borrador	5 horas
UNIDAD V				
4	Elaboración de registros	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las 	Computadora	10 horas

	contables en una empresa de comercial mediante procedimiento analítico.	<p>indicaciones del profesor para elaborar los registros contables para una empresa comercial.</p> <ol style="list-style-type: none"> Analiza el marco teórico y normativa para elaborar los registros contables para una empresa de comercial. Identifica las cuentas utilizadas en compra y venta de mercancía mediante el procedimiento analítico. Registra las operaciones en el libro diario. Registra las operaciones en el libro mayor. Totaliza movimientos deudores y acreedores de cada una de las cuentas. Determina saldos de cada una de las cuentas. Elabora la balanza de comprobación. Entrega ejercicios resueltos al docente. 	<p>Internet Bibliografía Calculadora Lápiz Cuaderno Borrador</p>	
UNIDAD VI				
5	Elaboración de registros contables en una empresa de comercial por medio de inventarios perpetuos.	<ol style="list-style-type: none"> El estudiante atiende las indicaciones del profesor para elaborar los registros contables para una empresa comercial. Analiza el marco teórico y normativa para elaborar los registros contables para una empresa de comercial. Identifica las cuentas 	<p>Computadora Internet Bibliografía Calculadora Lápiz Cuaderno Borrador</p>	10 horas

utilizadas en compra y venta de mercancía mediante el procedimiento de inventarios perpetuos.

4. Registra las operaciones en el libro diario.
5. Registra las operaciones en el libro mayor.
6. Totaliza movimientos deudores y acreedores de cada una de las cuentas.
7. Determina saldos de cada una de las cuentas.
8. Elabora la balanza de comprobación.
9. Entrega ejercicios resueltos al docente.

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):

- Presenta información sobre los conceptos básicos de contabilidad
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica exámenes
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisar y evalúa reportes de prácticas y actividades.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos de contabilidad
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta exámenes
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

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 exámenes.....	40%
- Prácticas de taller.....	20%
- Tareas y actividades.....	10%
- Elaborar la balanza de comprobación	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Calleja, F. J. (2015). <i>Contabilidad 1 EBook</i>. México, Pearson Prentice Hall.</p> <p>Guajardo. G. y Andrade, N. E. (2018). <i>Contabilidad Financiera</i>, México, Mc Graw-Hill.</p> <p>Paz, E. <i>Introducción a la Contaduría, Fundamentos</i>. México, Thomson. [clásica].</p> <p>Rey, S. (2017, 31 mayo). Historia animada de la contabilidad [Archivo de vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=0qMcX5ETnac</p> <p>Romero, A. J. (2018). <i>Principios de Contabilidad</i>, México. Mc Graw Hill.</p> <p>Sánchez, O. R., Mota. M. J. y Sotelo, M. E: [clásica]. <i>Introducción a la Contaduría</i>, México, Pearson Prentice Hall.</p>	<p>Elizondo, A. [clásica]. <i>Contabilidad básica 1</i>, México, Thomson.</p> <p>Elizondo, A. [clásica]. <i>Contabilidad básica 2</i>, México. Thomson.</p> <p>Elizondo, A. [clásica]. <i>Proceso contable</i>, México, Thomson.</p> <p>Consejo mexicano de normas de información financiera, A. C. (CINIF) (2020). <i>Normas de Información Financiera 2020</i> (15ta. Edición). CDMX, México. IMCP</p> <p>Romero A. J. (2018, 20 agosto). <i>Principios de contabilidad</i> [Archivo de vídeo]. Recuperado de https://sistemacontableromero.com/almacen/videos/cap03.mp4</p> <p>Romero, A. J. (2018, 20 agosto). <i>Contabilidad Financiera</i>. [Video]. Recuperado de https://sistemacontableromero.com/almacen/videos/cap03.mp4</p> <p>Romero, A. J. (2018, 20 agosto). <i>Estructura Financiera de la entidad</i>. [Video]. Recuperado de https://sistemacontableromero.com/almacen/videos/cap05_intro_pasivo.mp4</p> <p>Romero, A. J. (2018, 20 agosto). <i>Estudio general de la cuenta</i>. [Video]. Recuperado de https://sistemacontableromero.com/almacen/videos/cap11.mp4</p> <p>Romero, A. J. (2018, 20 agosto). <i>Reglas del cargo y del abono</i>. [Video]. Recuperado de https://sistemacontableromero.com/almacen/videos/cap12.mp4</p> <p>Romero, A. J. (2018, 20 agosto). <i>Estudio particular de la cuenta</i>. [Video]. Recuperado de https://sistemacontableromero.com/almacen/videos/cap13.mp4</p> <p>Romero, A. J. (2018, 20 agosto). <i>Teoría de la partida doble</i> [Video]. Recuperado de https://sistemacontableromero.com/almacen/videos/cap15.mp4</p>

	Romero, A. J. (2018, 20 agosto). <i>Procedimiento de registro de mercancías</i> [Video]. Recuperado de https://sistemacontableromero.com/almacen/videos/cap16.mp4
--	--

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Contabilidad debe contar con título de Licenciado en Contaduría o área afín, preferentemente con estudios de posgrado, dos años de experiencia docente y/o tres años de experiencia laboral en el área contable. Ser responsable, proactivo y que fomente el trabajo en equipo.

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:** Introducción a la Inteligencia de Negocios
- 5. Clave:**
- 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

Eva Olivia Martínez Lucero
Nora Del Carmen Osuna Millán
Alfredo Chuquimia Apaza
Eduardo Ahumada Tello
Isaac Cruz Estrada
Ricardo Ching Wesman
María del Consuelo Salgado Soto

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: 11 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Introducción a la Inteligencia de Negocios tiene como propósito dotar al estudiante con los conocimientos, y habilidades generales de la ciencia de datos desde la perspectiva de la inteligencia de negocios, para la identificación, tratamiento, almacenamiento, extracción y presentación de información que apoyen a la toma de decisiones en las organizaciones.

Se imparte en la etapa básica con carácter obligatorio y forma parte del tronco común de la DES Económico-Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar el proceso de inteligencia de negocios, a través del uso de herramientas de recolección, integración, análisis y visualización de la información, para desarrollar inteligencia organizacional en beneficio de la toma de decisiones, con responsabilidad, confidencialidad y objetividad

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias que incluya las actividades, prácticas y casos sobre el proceso de Inteligencia de Negocios y visualización de datos, el reporte debe incluir : la aplicabilidad del proceso de inteligencia de negocios y herramientas seleccionadas en la solución de un caso o problemática real de negocios. La entrega será en formato digital observando las características de forma y fondo que el docente determine.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción a la inteligencia de negocios

Competencia:

Analizar el impacto de la inteligencia de negocios en las organizaciones, mediante la revisión teórica, metodológica y desarrollo tecnológico, para contextualizar su aplicación en el proceso de toma de decisiones, con pensamiento crítico y reflexivo.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 1.1. Conceptos básicos de inteligencia de negocios
- 1.2. Inteligencia organizacional
 - 1.2.1. Gestión de datos
 - 1.2.2. Gestión de la información
 - 1.2.3. Transformación digital
 - 1.2.4. Factores críticos de éxito de inteligencia de negocios
 - 1.2.4.1. Organización
 - 1.2.4.2. Procesos
 - 1.2.4.3. Tecnología
- 1.3. Impacto de la inteligencia de negocios en la toma de decisiones
- 1.4. Evolución de la inteligencia de negocios
 - 1.4.1. La demanda de datos, información y analítica
 - 1.4.2. Tendencias de la inteligencia de negocios
 - 1.4.2.1. Mercado laboral
 - 1.4.3. 4ta Revolución Industrial (Industria 4.0), 5ta Revolución Industrial (Industria 5.0).
- 1.5. Tipos de usuario de inteligencia de negocios
 - 1.5.1. Productores de información
 - 1.5.2. Consumidores de información
- 1.6. Business analytics
 - 1.6.1. La importancia y retos de analítica
 - 1.6.2. Datos, información, y conocimiento
 - 1.6.3. Anticiparse a los hechos con business analytics
- 1.7. Big Data

UNIDAD II. Proceso de inteligencia de negocios

Competencia:

Analizar los datos en las organizaciones, a través de las etapas del proceso de inteligencia de negocios, con el fin de comprender el proceso para el tratamiento de los datos, con actitud crítica, responsabilidad y honestidad.

Contenido:

- 2.1. Definir objetivos y prioridades
- 2.2. Recolección de la información correcta
- 2.3. Analizar los datos y medir los resultados
- 2.4. Presentar y comunicar la información
- 2.5. Revisar y aprovechar las herramientas
- 2.6. Identificar e implementar las herramientas para inteligencia de negocios.

Duración: 6 horas

UNIDAD III. Componentes de la inteligencia de negocios

Competencia:

Organizar información de las organizaciones, por medio del proceso de identificación, extracción, transformación, carga, almacenamiento y explotación, con el fin de crear un almacén de datos, con actitud ordenada, crítica y honestidad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1. Necesidades de inteligencia de negocios
- 3.2. Fuentes de la información
 - 3.2.1. Fuentes digitales
 - 3.2.2. Fuentes internas
 - 3.2.3. Fuentes externas
- 3.3. Proceso ETL
- 3.4. Almacén de datos
- 3.5. Explotación de la información.
- 3.6. Herramientas para inteligencia de negocios
- 3.7. Introducción de minería de datos

UNIDAD IV. Visualización y presentación de datos.

Competencia:

Presentar la información en diferentes escenarios, a través del diseño de Dashboards, para apoyar la toma de decisiones en las organizaciones, con responsabilidad en el uso de la información, honestidad, actitud creativa y analítica.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 4.1. Tablas dinámicas
 - 4.1.1. Partes de una tabla dinámica
 - 4.1.2. Creación de tablas dinámicas
 - 4.1.3. Agrupar datos en tablas dinámicas
 - 4.1.4. Filtrar datos
 - 4.1.5. Creación de gráficas dinámicas
- 4.2. Administración de escenarios
 - 4.2.1. Creación de escenarios
 - 4.2.2. Gestión de escenarios
 - 4.2.2.1. Mostrar
 - 4.2.2.2. Modificar
 - 4.2.2.3. Eliminar
 - 4.2.3. Informe con escenarios
- 4.3. Cuadros de mando
- 4.4. Dashboard de negocios
 - 4.4.1. Beneficios y utilidad
 - 4.4.2. Proceso de creación de un dashboard
 - 4.4.3. Dashboard y análisis de datos
 - 4.4.4. Fuente de datos para dashboard

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Infografía de la evolución y tendencias de la inteligencia de negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1. El estudiante atiende las indicaciones para realizar una infografía. 2. Busca información sobre conceptos básicos de inteligencia negocios, el impacto, evolución y tendencias. 3. Elabora la infografía en una herramienta digital. 4. Presenta y entrega a docente la infografía. 5. Integra al portafolio de evidencias. 	Internet Computadora Bases de datos académicas Herramientas digitales Referencias	2 horas
UNIDAD II				
2	Reporte de estudios de caso	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica un caso de estudio de una organización. 2. Determina los objetivos y prioridades. 3. Recolecta información para el cumplimiento de objetivos. 4. Planea el análisis de la información. 5. Selecciona y define indicadores (KPI). 6. Planeación de la presentación de la información. 7. Seleccionar las herramientas tecnológicas para cada etapa. 	Internet Computadora Bases de datos académicas Herramientas digitales Referencias Caso de estudio	6 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 8. Entrega un reporte de la práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 9. Integra al portafolio de evidencias. 		
UNIDAD III				
3	Creación de un almacén de datos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica un caso de estudio de una organización. 2. Identifica las fuentes de información. 3. Aplicar el proceso ETL. 4. Almacena los datos. 5. Entrega un reporte de la práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 6. Integra al portafolio de evidencias. 	Internet Computadora Bases de datos académicas Herramientas digitales Referencias Caso de estudio	10 horas
UNIDAD IV				
4	Creación de Dashboard	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica un caso de estudio de organización. 2. Crea las tablas dinámicas. 3. Agrupa la información en las tablas. 4. Filtra los datos. 5. Crea escenarios. 6. Presenta la información a través del dashboard. 7. Entrega un reporte de la práctica de acuerdo al formato indicado por el docente. 8. Integra al portafolio de evidencias. 	Internet Computadora Bases de datos académicas Herramientas digitales Referencias Caso de estudio	14 horas

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):

- Presenta información sobre la inteligencia de negocios
- Presenta y analiza estudios de caso
- Muestra el uso de herramientas digitales
- Dirige y supervisa las prácticas de taller
- Elabora y aplica exámenes
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y retroalimenta reportes de prácticas

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre la inteligencia de negocios
- Analiza estudios de caso
- Aplica herramientas digitales
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta exámenes
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Integra portafolio de evidencias
- Trabaja en equipo

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

- Exámenes parciales (mínimo 2).....	20%
- Casos Prácticos por unidad	50%
- Portafolio de evidencias.....	30%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

- Fabian, T., Atehortua, D., y Caballero, M. (2018). Inteligencia de Negocios con Excel y Power Bi: Una Guía Exhaustiva para la: Preparación, análisis y Visualización de Datos
- Grossmann, W. & Rinderle-Ma, S. (2015). Fundamentals of Business Intelligence, . Springer-Verlag Berlin Heidelberg ISBN 978-3-662-46531-8
- Joyanes, A. (2019). Inteligencia de Negocios y Analítica de Datos. (1a. ed). Alfaomega.
- Norris, Michael. (2020). The Value of AI-Powered Business Intelligence. (1a. ed). O'Reilly Media. Web.
- Pacheco, J. (2016). Aplicaciones prácticas con Excel. Alfaomega.
- Pérez Marqués, María. (2015). Business intelligence : técnicas, herramientas y aplicaciones. México: Alfaomega.
- Rollano, R. (2016). Inteligencia de Negocios y Toma de Decisiones (3a. ed).
- Steve Wexler, Jeffrey Shaffer, Andy Cotgreave. Wexler, Steve,. (2017). The big book of dashboards : visualizing your data using real-world business scenarios . New Jersey: Wiley.
- Lake, Peter, Drake, Robert (2014) Information Systems Management in the Big Data Era. Springer International Publishing. 978-3-319-13503-8

Complementarias

- Kenneth, B, y Patrick, C. (2001). Análisis de datos con Microsoft Excel. Thomson Learning, México.
- Rodríguez J. (2011). Cómo hacer inteligente su negocio : Business Intelligence a su alcance (1a ed). México : Grupo Editorial Patria, 2011; ISBN: 9786074383935.
- Wayne Winston. (2019). Microsoft Excel 2019 Data Analysis and Business Modeling (Business Skills) (6a. ed). Pearson Education.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Herramientas Digitales, deberá ser Licenciado en Informática, Licenciado en Inteligencia de Negocios, Ingeniero en Computación, Licenciado en Sistemas Computacionales o área afín. Preferentemente con posgrado en área afín y experiencia mínima de tres años en la docencia y profesional. Ser proactivo, analítico, que fomente el trabajo en equipo y la investigación.

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:** Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 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

Virginia Guadalupe López Torres
Marisa Reyes Orta
Martha Elena López Regalado

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	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es el reconocimiento desde un enfoque integral de las problemáticas socioambientales que se viven desde la perspectiva de la ética y sustentabilidad.

La utilidad de la misma radica en que le permite al estudiante identificar las causas y consecuencias de las problemáticas socioambientales y desarrollar estrategias de solución innovadoras a las mismas aplicando el código de ética y respetando los derechos de los stakeholders. También permite al estudiante ubicarse en la realidad actual y construir su plan de vida como un actor clave en el desarrollo de soluciones que ha de incorporar en su estilo de vida.

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 problemas socioambientales, a partir de las políticas nacionales e internacionales y la identificación de sus causas y consecuencias, con el fin de proponer cambios deseables de hábitos personales en su trayectoria de vida y en su entorno, con responsabilidad social, honestidad y pensamiento crítico.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

El análisis de un problema socio ambiental de su contexto inmediato vinculado a un ODS, a través de la metodología de marco lógico, utilizando el árbol de problemas (identificando causas y consecuencias) y el árbol de objetivos (para establecer las acciones y su orden prioritario), además de realizar la matriz de marco lógico de al menos una estrategia de solución. Trabajo final en equipo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Principios normativos

Competencia:

Identificar los conceptos ligados al desarrollo sostenible, mediante el análisis de los principios normativos, para comprender el alcance de las acciones del estilo de vida de las personas y la gestión de las organizaciones reconociendo su importancia y pertinencia, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Declaración universal de los derechos humanos
- 1.2. Códigos de ética profesional
- 1.3. Código de ética institucional
- 1.4. Políticas e instrumentos para el desarrollo sostenible globales y nacionales.
 - 1.4.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible

UNIDAD II. Marco conceptual

Competencia:

Analizar el marco conceptual de referencia de los objetivos de desarrollo sostenible, mediante la identificación de problemas vinculados a la sostenibilidad, responsabilidad social individual, justicia, inclusión, grupos vulnerables y equidad de género, para la construcción de una sociedad sostenible, con respeto, empatía y solidaridad.

Contenido:

- 2.1. Sostenibilidad
- 2.2. Responsabilidad social individual
- 2.3. Justicia
- 2.4. Inclusión y grupos vulnerables
- 2.5. Género

Duración: 4 horas

UNIDAD III. Análisis de problemas socioambientales

Competencia:

Analizar una problemática socioambiental de su entorno, aplicando la metodología de marco lógico, identificando causas y efectos, para establecer un diagnóstico de la problemática estudiada, con una actitud reflexiva, pensamiento holístico y ética.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 3.1. Metodología para el análisis (marco lógico u otra)
- 3.2. Definición del problema
- 3.3. Origen del problema
- 3.4. Análisis del problema (empleando árbol de problemas u otra herramienta)

UNIDAD IV. Plan de vida y carrera

Competencia:

Diseñar un plan de desarrollo personal y profesional, a partir de un análisis estratégico, para establecer objetivos y metas que le permitan posicionarse en el mercado laboral y la sociedad como agente de cambio con actitud proactiva, visionaria y responsable.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1. Antecedentes personales (trayectoria, FODA)
- 4.2. Mi visión y misión en lo personal y mi rol en la sociedad (cómo contribuyo a un territorio sostenible y responsable)
- 4.3. Mis propuestas de transformación hacia una sociedad justa, sostenible y responsable
 - 4.3.1. Yo como profesionista
 - 4.3.2. Yo como ciudadano
 - 4.3.3. Yo como agente de cambio

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Principios normativos ods	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para analizar el alcance de cada uno de los ODS. 2. El estudiante analiza cómo su estilo de vida impacta, contribuye a alcanzar cada ODS 3. El estudiante selecciona un ODS para identificar mejores prácticas que él pueda incorporar en su estilo de vida 4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc.) <p>Agenda 2030</p>	3 horas
2	Código de ética de la profesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para analizar el código de ética de la profesión. 2. El estudiante analiza cada uno de los elementos que integran el código de ética de su profesión 3. El estudiante perfila a partir del código de ética profesional su ejercicio, desempeño y las sanciones que puede recibir al incurrir en faltas 4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) <p>Código de ética de la profesión</p>	3 horas

3	Código de ética institucional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para analizar el código de ética institucional. 2. El estudiante analiza cada uno de los elementos que integran el código de ética institucional 3. El estudiante perfila a partir de este código cómo debe ser su comportamiento e identifica las sanciones que puede recibir al incurrir en faltas 4. El estudiante modela el comportamiento de un estudiante "cimarrón". 5. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc). ● Código de ética de la UABC 	3 horas
4	Derechos humanos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para analizar los derechos humanos 2. El estudiante identifica y analiza cada uno de los derechos humanos 3. El estudiante vincula cada uno de los derechos humanos con la forma en cómo debe conducirse a fin de que estos sean parte de forma de conducirse en la vida 4. El estudiante modela el comportamiento de un ciudadano que observe los derechos humanos. 5. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) ● Declaración de los Derechos Humanos ● Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 	3 horas

UNIDAD II	UNIDAD II. Marco conceptual			
5	Responsabilidad social individual	1. Atiende las orientaciones del profesor para analizar el concepto de responsabilidad social individual 2. El estudiante analiza el concepto, visualiza cómo apropiarse de él e incorporarlo a su estilo de vida. 3. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) 	2 horas
6	Justicia	1. Atiende las orientaciones del profesor para analizar el concepto de justicia 2. El estudiante analiza el concepto, visualiza cómo apropiarse de él e incorporarlo a su estilo de vida. 3. El estudiante analiza las implicaciones organizacionales de aplicar este concepto 4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) ● Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 	2 horas
7	Inclusión	1. Atiende las orientaciones del profesor para analizar la inclusión 2. El estudiante analiza el concepto, visualiza cómo apropiarse de él e incorporarlo a su estilo de vida. 3. El estudiante analiza las implicaciones organizacionales de aplicar este concepto	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) ● Políticas de inclusión 	2 horas

		4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente		
8	Equidad de género	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para analizar los derechos humanos 2. El estudiante analiza el concepto, visualiza cómo apropiarse de él e incorporarlo a su estilo de vida. 3. El estudiante analiza las implicaciones organizacionales de aplicar este concepto 4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) 	2 horas
UNIDAD III	UNIDAD III. Análisis de problemas socioambientales			
9	Problemática socioambiental	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para analizar la problemática socioambiental. 2. El estudiante identifica una problemática socioambiental de su entorno 3. El estudiante como parte de un equipo trabaja de forma colaborativa para definir la problemática socioambiental 4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) ● Metodología de marco lógico ● Agenda 2030 ● Información estadística de contexto sobre ODS 	3 horas
10	Árbol de causas y efectos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar del árbol de causas y efectos 2. El estudiante como parte de un equipo participa en la identificación de causas y efectos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) ● Agenda 2030 	3 horas

		<p>de la problemática socioambiental</p> <p>3. El estudiante como parte de un equipo participa en el diseño del árbol de causas y efectos</p> <p>4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Información estadística de contexto sobre ODS ● Observación de su entorno 	
11	Diagnóstico	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar el diagnóstico</p> <p>2. El estudiante elabora el diagnóstico a partir de los lineamientos establecidos por el docente que incluya: Definición de problemática, árbol de causas y efectos, amenazas, percepción social, escenarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) ● Agenda 2030 <p>Información estadística de contexto sobre ODS</p>	3 horas
UNIDAD IV	UNIDAD IV. Plan de vida y carrera			
12	Foda personal	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor para evaluar tu personalidad</p> <p>2. El estudiante escribe en una hoja las habilidades y cualidades que tiene, identificará en qué es bueno y en qué tiene margen de mejora, enlista con qué aptitudes cuenta y en qué áreas de su entorno debe poner mayor atención.</p> <p>3. Clasifica los elementos del punto 2 en fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.</p> <p>4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) 	3 horas

13	Construcción del árbol de objetivos e identificación de eslabones de intervención.	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor para construir el árbol de objetivos e identificación de eslabones de intervención</p> <p>2. El estudiante como parte de un equipo participa en la determinación de objetivos e identificación de eslabones para superar la problemática socioambiental</p> <p>3. El estudiante como parte de un equipo participa en el diseño del árbol de objetivos y plan de intervención</p> <p>4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) ● Agenda 2030 <p>Información estadística de contexto sobre ODS</p>	5 horas
14	Misión y visión	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor para reconocer su misión en la vida y mediante prospectiva definir su visión a mediano plazo</p> <p>2. A partir de su análisis FODA, intereses y contexto reconoce y redacta su misión personal y profesional.</p> <p>3. El estudiante define su futuro deseado a mediano plazo tanto en el plano personal como profesional</p> <p>4. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc) 	3 horas
15	Identificación de alternativas para la solución de problemas socioambientales desde la perspectiva de agente de cambio:	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor para identificar alternativas de solución de problemas socioambientales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, 	5 horas

	Yo persona, yo profesionalista, y ciudadano.	desde la perspectiva de agente de cambio: Yo persona, yo profesionalista, y ciudadano. 2. El estudiante elabora un reporte acorde a los lineamientos establecidos por el docente	etc) ● Agenda 2030 Información estadística de contexto sobre ODS	
16	Presentación del proyecto final.	1. Atiende las orientaciones del profesor para presentar en forma verbal por equipo el análisis aplicado al problema socioambiental seleccionado 2. Los estudiantes elaboran el reporte de proyecto final acorde a los lineamientos establecidos por el docente	● Computadora. ● Internet ● Recursos bibliográficos (libros, artículos, revistas, manuales, etc)	3 horas

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, orientación con guías, infografías, empleo de referencias discursivas, establecimiento de analogías, presentación de mapas conceptuales y estructuras de texto, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo, organizadores gráficos, ensayos, resúmenes, cuadros comparativos, y demás.

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

- Evaluaciones parciales.....	40%
- Participación.....	5 %
- Tareas.....	5 %
- Avance de proyecto.....	20%
- Prácticas de taller.....	15%
- Análisis de un problema socio ambiental.....	15%
Pertinencia en la definición de la problemática	
Calidad en el diagnóstico (pertinencia de la lógica causal)	
Creatividad y pertinencia de las propuestas de solución	
Desempeño equilibrado en el trabajo en equipo	
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Clausen, H. B., & Velázquez, M. A. (2019). Re-writing the Sustainable Development Goals from marketplaces in Argentina, Chile, Colombia and Mexico. <i>Diálogos Latinoamericanos</i>. 20(28). 77-88. Recuperado de https://tidsskrift.dk/dialogos/article/view/115197</p> <p>Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020). <i>La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en el nuevo contexto mundial y regional: escenarios y proyecciones en la presente crisis</i>. Cepal. Recuperado de https://www.cepal.org/es/publicaciones/45336-la-agenda-2030-desarrollo-sostenible-nuevo-contexto-mundial-regional-escenarios</p> <p>Junco de Calabrese, E., y Calabrese, C. C. (2015). <i>Derechos humanos: elementos para una reflexión hoy</i> (1ª ed.). Distripal-Univer Zamora.</p> <p>Kercher, P., y Di Bucchianico, G. (2016). Advances in Design for Inclusion. [recurso electrónico]: Proceedings of the AHFE 2016 International Conference on Design for Inclusion, July 27-31, 2016, Walt Disney World®, Florida, Estados Unidos: Springer International Publishing.</p> <p>Laasch, O., y Conaway, R. N. (2017). <i>Principios de administración responsable: sostenibilidad, responsabilidad y ética globales</i>. Cengage Learning.</p> <p>Gorrochategui, N., Martins de Oliveira, V., y Stevenson Palamara, N. (2019). <i>Responsabilidad Social de las Organizaciones (RSO): estudios desde la mirada de la Responsabilidad Social hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible en América Latina</i>. RIL editores. Recuperado de https://www.uautonoma.cl/wp-</p>	<p>Bestratén, M., Luque, A., Vergé, J., e Instituto Nacional de Seguridad, S. y B. en el T. (España). (2015). <i>Gestión de proyectos de cambio: marco lógico</i> (II). INSHT.</p> <p>Cuanalo, M. C. (2017). <i>Derechos humanos esenciales</i>. Universidad Autónoma de Baja California.</p> <p>Díaz, C. R. (2015). <i>Desarrollo sustentable: Una oportunidad para la vida</i>. México: McGraw-Hill.</p> <p>Martín, V. M., y Castilla, M. T. (2018). <i>Educación, derechos humanos y responsabilidad social</i>. Ediciones Octaedro.</p> <p>Naciones Unidas. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Programa de Cooperación Técnica CEPAL/AECID, & Foro de los Países de América Latina y el Caribe sobre el Desarrollo Sostenible (2019). <i>Informe de avance cuatrienal sobre el progreso y los desafíos regionales de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en América Latina y el Caribe</i>. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado de https://www.cepal.org/es/publicaciones/44551-informe-avance-cuatrienal-progreso-desafios-regionales-la-agenda-2030-desarrollo</p> <p>Rivera, D. A., Carrillo, S. M., Forgiony, J. O., Bonilla, N. J., Hernández, Y., y Silva, G. I. (2018). Strengthening of the Occupational Health and Safety Management System in the Psychosocial Scope from the Perspective of the Logical Framework. <i>Revista Espacios</i>, 39(28), 31-45.</p> <p>Schandl, H., Commonwealth Scientific and Industrial Research Organization (Australia), & Walker, I. (2017). <i>Social Science</i></p>

content/uploads/2018/10/LIBRO-2019-Responsabilidad-Social-de-las-Organizaciones-2019-Editorial-RIL-UA-V-SIRSO.pdf

Ramírez, H., y Pallares, P. de J. (2016). *Derechos humanos*. [recurso electrónico].

Schilling, T. (2020). The Recognition of Human Rights: A Threefold Myth. *Human Rights Law Review*, 20(2), 210–235.

Stein, N. L., y Renteln, A. D. (2017). *Images and Human Rights: Local and Global Perspective*. Cambridge Scholars Publishing.

and Sustainability. CSIRO PUBLISHING.

Taub, D., y Foster, M. (2020). Inclusion and Intellectual Disabilities: A Cross Cultural Review of Descriptions. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 12(3), 275–281.

Velásquez, S. M., Pino, A. A., Restrepo, E. J., Castro, J. J., y Viana, N. E. (2018). Herramienta interactiva para apoyar la capacitación en formulación de proyectos bajo la metodología de marco lógico para las Mipymes del área metropolitana de Medellín.

<https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.22490/25392786.2473>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Ética, Derechos Humanos y Responsabilidad Social deberá contar con título de licenciatura en el área económico administrativa con especialidad en manejo de ecosistemas y problemáticas socio ambientales y/o Licenciatura en área ambiental con especialidad en las ciencias administrativas, preferentemente con posgrado en área afín. Experiencia docente mínima deseable de dos años. Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Experiencia en el uso de la metodología de marco lógico, conocimiento de los ODS y la problemática regional en temas socioambientales, capacidad para conducir a los estudiantes en el desarrollo de análisis crítico. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales establecidos en el código de ética institucional.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

- 1. School:** Accounting and Business Mexicali and Tourism and Marketing Tijuana
- 2. Major:** B. A. in Tourism Business Administration
- 3. Study Program:**
- 4. Learning Module Name:** Specialized English for Tourism
- 5. Number:**
- 6. CH:** 02 **WH:** 02 **LH:** 00 **FPH:** 01 **CLH:** 00 **EH:** 02 **CR:** 07
- 7. Stage:** Basic
- 8. Module Type:** Compulsory
- 9. Course Enrollment Requirements:** No one

Learning Module Design Team

Rita Muñoz Cázares
Amparo López Vizcarra
Ricardo Verján Quiñones

Approval of Assistant Dean (s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Date: March 12, 2021

II. PURPOSE OF LEARNING MODULE

The purpose of the learning unit is to use specialized English in Tourism in daily activities of the profession, its usefulness lies in that it allows the student to maintain in practice and increase the command of the second language at an intermediate level, applied to tourism, making use of technicalities, cognates and things related to the morphosyntax of language in written and verbal form.

It is taught in the basic stage on a mandatory basis; it belongs to the area of knowledge of tourism management of the degree in Tourism Management and has no prerequisite for taking it.

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

Implement oral and written interaction protocols, through the English language, for use in tourism on various situations related to travel, food and beverages, accommodation, tourism intermediaries and business, with responsibility and respect of cultural differences.

IV. EVIDENCES OF LEARNING/ACHIEVEMENT

Oral and written interaction protocols in English for five types of tourism services (travel, food and beverages, lodging, tourism intermediaries and business related topics) that include a script and dramatization.

V. UNIT DESCRIPTION
UNIT I. Uses of English in travel and travel services.

Competency:

Apply oral and written interaction protocols, through the English language, for various situations in travel issues and their services, with responsibility and respect of cultural differences.

Content:

Time Allotted: 8 hours

- 1.1. Requirements for the design of a script for oral and written interaction.
- 1.2. Ask for and receive information. Ask questions, affirmations, denials. (Simple, continuous and compound tenses)
- 1.3. Explain travel processes.
- 1.4. Collections and payments (Card payments, cash, refund)
- 1.5. Vocabulary specialized in travel and travel services. (Attending phonetic aspects of pronunciation, intonation and hearing).

UNIT II. Use of English in food and beverage service.

Competency:

Apply oral and written interaction protocols for tourism, using a second language, for various situations regarding food and beverages in restaurants and bars, with respect for cultural differences.

Content:

Time Allotted: 8 hours

- 2.1. Uses of English in restaurants. Ask questions, affirmations, denials. (Simple, continuous and compound tenses)
- 2.2. Uses of English in bars.
- 2.3. Description of dishes and drinks
- 2.4. Courtesy phrases.
- 2.5. Specialized vocabulary, idioms and expressions related to Food and Beverage. Addressing phonetic aspects of pronunciation, intonation and hearing)

UNIT III. Use of English in accommodation.

Competency:

Prepare oral and written interaction protocols, using the English language, for various situations related to accommodation, reception and customer service, with precision and truth.

Content:**Time Allotted:** 8 hours

- 3.1 Phrases and courtesy in lodging. Ask questions, affirmations, negations (simple, continuous, compound, and conditional tenses) and cognates.
- 3.2 Reception and customer service.
- 3.3 Attention and handling of complaints.
- 3.4 Description of facilities and services.
- 3.5 Specialized vocabulary in various types of accommodation. (Attending phonetic aspects of pronunciation, intonation and hearing)

UNIT IV. English for tourism businesses.

Competency:

Organize oral and written interaction protocols, using the English language, for tourism in various situations in matters of tourist intermediaries and businesses, with responsibility and respect of cultural differences.

Content:

Time Allotted: 8 hours

4.1 English in tourism business. (Writing different types of messages for use in different communication channels) Attending simple, continuous, compound and conditional tenses and taking care of the correct aspects of written language. (Without neglecting phonetic conditions of pronunciation, intonation and hearing)

4.2 Intermediation and negotiation techniques in English for tourism companies. Business protocol application.

4.3 Sales process in English for tourist services.

VI. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT I				
1	Preparation of oral and written scripts in English.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reviews different types of scripts. 2. Creates oral and written scripts with different topics. 3. Checks order and consistency. 4. Checks the vocabulary used. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Sheets. • Internet. 	4 hours
2	Trip description.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reviews various travel descriptions. 2. Selects a case. 3. Makes a description (Presentation, introduction to the topic, development and closing) 4. Checks intonation and phonetics. 5. Edits a video. 6. Presents it to the group. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Sheets. • Internet. 	2 hours
UNIT II				
3	Description of food and beverages	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analyzes different descriptions of foods and beverages 2. Selects frequently used adjectives. 3. Creates a description of a selected dish and drink. 4. Checks vocabulary, pronunciation, intonation. 5. Makes a video. 6. Presents it to the group. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Sheets. • Internet. • Smart phone. 	2 hours

UNIT III				
4	Description of lodging services.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluates the description of lodging services among several options. 2. Points out the most frequently used concepts. 3. Creates a description of a hosting service. 4. Checks vocabulary, pronunciation, intonation. 5. Presents it to the group. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Sheets. • Internet. 	4 hours
5	Customer service.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifies problem situations. 2. Selects strategies for dealing with clients. 3. Creates a script for handling complaints. 4. Dramatizes various situations that involve customer service. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Sheets. • Internet. 	4 hours
UNIT IV				
6	Writing different types of messages.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plans the type of message you need. 2. Writes a message with a specific purpose (apology, complaint, product or service presentation) 3. Checks writing. 4. Rewrites. 5. Presents it to the group. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Sheets. • Internet. 	8 hours
7	Negotiation protocols.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifies forms of negotiation. 2. Selects the greeting, (welcome, introduction, and 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Sheets. • Internet. 	8 hours

		way of presenting a business). 3. Creates an executive presentation to present orally 4. Comes up with a closing strategy.		
--	--	--	--	--

VI. STRUCTURE OF FIELD PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT II				
1	Food and Beverage organizations.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Designs a question guide related to different tourist activities linked to the language used in food and beverages organizations. 2. Visits food and beverage organizations to identify phrases that are frequently used in English. 3. Make a written report. 4-. Presents it to the group. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Sheets. • Internet. • Lists of food and beverage organizations. • Maps. • Tourist Guides. • Brochures. • Transport. 	8 hours
UNIT III				
2	Lodging organizations.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Designs a question guide related to different tourist activities linked to the language used in lodging. 2. Visits lodging organizations to identify phrases that are frequently used in English. 3. Make a written report. 4-. Presents it to the group. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Sheets. • Internet. • Lists of food and beverage organizations. • Maps. • Tourist Guides. • Brochures. • Transport. 	8 hours

II. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework: The first day of class the teacher must establish the form of work, evaluation criteria, quality of academic work, rights and obligations for teacher and students.

Teaching strategies (teacher):

- Case study
- Projects method
- Problem-based learning
- Exhibition technique
- Practical exercises
- Forums

Learning strategies (student):

- Research
- Case study
- Teamwork
- Exhibitions
- Graphic organizers
- Abstracts
- Comparative tables

VIII. EVALUATION CRITERIA

The evaluation will be carried out permanently during the development of the course as follows:

Accreditation criteria

To be entitled to ordinary and extraordinary exam, the student must meet the attendance percentages established in the current School Statute.

Scaled from 0 to 100, with a minimum approval of 60.

Assessment criteria

- 4 partial evaluations 40%
- Workshop and field practices 40%
- Oral and written interaction protocols in English
for five types of tourist services (travel, food and
beverages, accommodation, tourist intermediaries
and business) that include script and dramatization. 20%

- Total**.....100%

Note: the evidences of learning must be reflected in this section and have a certain percentage in the total grade.

IX. Bibliography

Required	Suggested
<p>Dubicka, I. and O'Keeffe, M. (2013). <i>English for international tourism</i>. (2a ed.). United Kingdom: Pearson. [clásica]</p> <p>Fenich, G. (2018). <i>Meetings, Expositions, Events, and Conventions: An Introduction to the Industry (What's New in Culinary & Hospitality)</i> England: Pearson.</p> <p>Strutt, P. (2013) <i>English for International Tourism. New Edition</i>. England: Pearson. [clásica]</p> <p>Walker, J. (2017). <i>Exploring the hospitality industry</i>. England: Pearson.</p> <p>Zahedpisheh, N., Bakar, A., Zulqarnain, B. y Saffari, N. (2017). Inglés para fines turísticos y hoteleros (ETP). <i>Enseñanza del idioma inglés</i>, 10 (9), 86-94.</p>	<p>Artal-Tur, A., Kozak, M., Kozak, N. (Eds.). (2019). <i>Trends in Tourist Behavior: New products and experiences from Europe. (Tourism, Hospitality and Event Management)</i>. Switzerland: Springer.</p> <p>Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., Wang, Y. (2019). <i>Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences</i>. New York. Routledge.</p> <p>Kolb, B. M. (2017). <i>Tourism marketing for cities and towns: Using social media and branding to attract tourists</i>. London: Routledge, Taylor & Francis Group.</p> <p>Texeira, S. and Matos, J. (2019). <i>Multilevel Approach to Competitiveness in the Global Tourism Industry</i>. England: Pearson.</p> <p>Tsiotsou, R. and Goldsmith, R. (Editors). (2012) <i>Strategic Marketing in Tourism Services</i>. United Kingdom. Emerald</p>

X. TEACHER PROFILE

The teacher who teaches the Specialized English in Tourism learning unit must have a Bachelor's degree in Tourism, Tourism Management, Marketing or Business Administration; preferably have a C1 level English language certification or postgraduate studies in English Teaching and two years of teaching and business experience. Be proactive, analytical and reflective in students.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Patrimonio Nacional y Turismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 00 HL: 00 HPC: 03 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 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.
Rosa Guadalupe Quintana Ruíz

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Patrimonio Nacional y Turismo tiene la finalidad que el alumno identifique el patrimonio cultural y natural del país como componente de la riqueza de atractivo turístico para su revaloración identitaria, desarrollo, promoción, preservación y apreciación. Además, fomenta la capacidad de interpretar el patrimonio como un activo turístico en los estados de la república mexicana propiciando habilidades de comunicación oral y escrita tanto en idioma español como inglés con una actitud visionaria y de anfitrionía. Esta asignatura forma parte de la etapa básica y es de carácter obligatoria y corresponde al área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Distinguir el patrimonio cultural y natural del país como componente de la diversidad del atractivo turístico, mediante el análisis de su clasificación y la ubicación geográfica para su revaloración identitaria, desarrollo, promoción, apreciación y preservación para las futuras generaciones; con responsabilidad y respeto.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Inventario del patrimonio cultural tangible e intangible y natural designado por la UNESCO, así como de sitios arqueológicos y áreas naturales protegidas por estado de la república mexicana.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptualización y criterios para designar sitios como patrimonio.

Competencia:

Reconocer los atractivos turísticos, mediante el análisis de los criterios que designan los sitios como patrimonio cultural y natural, para la preservación de los mismos, con pensamiento reflexivo, responsabilidad y aprecio por la cultura.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Definición de patrimonio.
 - 1.1.1. Cultural material e inmaterial o tangible e intangible.
 - 1.1.2. Natural.
- 1.2. Importancia de la preservación del patrimonio.
- 1.3. Código ético mundial para el turismo.
- 1.4. Relación de patrimonio y turismo.
- 1.5. Criterios para la designación de sitios como patrimonio cultural y natural.
 - 1.5.1. Criterio mundial de acuerdo a la UNESCO.
 - 1.5.2. Criterio nacional.
 - 1.5.3. Criterio estatal.
- 1.6. Criterios para designar Pueblos Mágicos.
- 1.7. Criterios para la jerarquización de los atractivos turísticos de acuerdo a la OEA.

UNIDAD II. Atractivos turísticos de los estados de la zona sur y sureste y su patrimonio

Competencia:

Distinguir los atractivos turísticos de los estados del sur y sureste del país, mediante el análisis de su clasificación y la ubicación geográfica para su revaloración identitaria, desarrollo, promoción, apreciación y preservación, para las futuras generaciones con responsabilidad y respeto.

Contenido:

Duración: 10 horas

2.1. Atractivos turísticos culturales, naturales y de eventos programados en:

- 2.1.1. Chiapas.
- 2.1.2. Quintana Roo.
- 2.1.3. Yucatán.
- 2.1.4. Campeche.
- 2.1.5. Tabasco.
- 2.1.6. Veracruz.
- 2.1.7. Oaxaca.
- 2.1.8. Guerrero.
- 2.1.9. Morelos.
- 2.1.10. Puebla.

UNIDAD III. Atractivos turísticos de los estados de la zona centro y su patrimonio

Competencia:

Distinguir los atractivos turísticos de los estados del centro del país, mediante el análisis de su clasificación y la ubicación geográfica para su revaloración identitaria, desarrollo, promoción, apreciación y preservación para las futuras generaciones, con responsabilidad y respeto.

Contenido:**Duración:** 9 horas**3.1. Atractivos turísticos culturales, naturales y de eventos programados en:**

- 3.1.1. Tlaxcala.
- 3.1.2. Hidalgo.
- 3.1.3. Estado de México.
- 3.1.4. Ciudad de México.
- 3.1.5. Michoacán.
- 3.1.6. Colima.
- 3.1.7. Jalisco.
- 3.1.8. Aguascalientes.
- 3.1.9. Guanajuato.
- 3.1.10. Querétaro.
- 3.1.11. Zacatecas.

UNIDAD IV. Atractivos turísticos de los estados de la zona norte y noroeste y su patrimonio.

Competencia:

Distinguir los atractivos turísticos de los estados del norte y noroeste del país mediante el análisis de su clasificación y la ubicación geográfica para su revaloración identitaria, desarrollo, promoción, apreciación y preservación para las futuras generaciones con responsabilidad y respeto.

Contenido:

Duración: 9 horas

4.1. Atractivos turísticos culturales, naturales y de eventos programados en:

- 4.1.1. Nayarit.
- 4.1.2. Sinaloa.
- 4.1.3. Durango.
- 4.1.4. San Luis Potosí.
- 4.1.5. Tamaulipas.
- 4.1.6. Nuevo León.
- 4.1.7. Coahuila.
- 4.1.8. Chihuahua.
- 4.1.9. Sonora.
- 4.1.10. Baja California Sur.
- 4.1.11. Baja California.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD IV				
1	Viaje de reconocimiento de atractivos turísticos en Baja California	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestión de permiso por parte de la facultad para realizar el viaje 2. Gestión de recursos para costos de transporte. 3. Viáticos a docentes que acompañan a los estudiantes. 4. Gestión para la renta de unidad de transporte. 5. Propuesta de lugares a visitar. 6. Elaboración de itinerario. 7. Gestionar citas de acuerdo al itinerario. 8. Reservaciones en establecimiento de hospedaje. 9. Ejecutar itinerario elaborado. 10. Elaboración de memoria de viaje, de acuerdo a los criterios establecidos para la práctica (introducción, descripción de los sitios visitados, fotografías, evaluación de la calidad de los servicios turísticos utilizados durante la práctica, reflexión de la experiencia, citar en formato APA, en caso de que se consulte bibliografía como apoyo). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Autobús ● Viáticos ● Cámara ● Computadora ● Internet ● Cuaderno ● Criterios para la memoria de viaje 	48 horas

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):

- Técnica expositiva
- Proyección de materiales audiovisuales
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Dirige, supervisa y retroalimenta.
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Elabora y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación documental
- Inventario de atracciones turísticas de los estados del país
- Participa activamente en clase
- Presenta evaluaciones
- Visitas a campo
- Elaboración de memorias de viaje

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

- 3 evaluaciones parciales.....	25%
- Participación.....	5%
- Exposiciones.....	20%
- Memoria de viaje.....	20%
- Inventario del patrimonio cultural.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo. (s.f.). <i>Patrimonio cultural inmaterial y turismo: Salvaguardia y oportunidades</i>. CONACULTA. https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/pdf/pat_inmaterial.pdf</p> <p>Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo. (s.f.). <i>El ABC del patrimonio cultural y turismo</i>. CONACULTA. https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/vigias_nuevo/web/images/EL%20ABC%20DEL%20PATRIMONIO%20CULTURAL%20Y%20TURISMO.pdf</p> <p>Diario Oficial de la Federación. (01/10/2020). <i>Acuerdo por el que se expide la estrategia nacional de pueblos mágicos</i>. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5601638&fecha=01/10/2020</p> <p>Enríquez., J. A., Guillén, M. & Valenzuela, B. A .(2017). <i>Patrimonio y Turismo. Un acercamiento a los lugares turísticos de México</i>. ARTUPPI, S.de R.L. de C. V. https://investigadores.unison.mx/ws/portalfiles/portal/7719080/PATRIMONIO_VERSION_FINAL_min.pdf</p> <p>Escalante, P., García, B., Jáuregui, L., Vázquez, S., Speckman, E., Garciadiego, J y Aboites, L. (2008). <i>Nueva historia mínima de México ilustrada</i>. El Colegio de México. [clásica]. https://www.tuslibros.com/ebook/Nueva-Historia-Minima-de-Mexico-Ilustrada/pdf?dl&preview [clásica]</p> <p>Gobierno de México. (2015). <i>Secretarías Estatales de Turismo</i>. http://www.sectur.gob.mx/guia-de-viaje/secretarias-estatales-de-turismo/</p> <p>Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). <i>El texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial</i>. https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n#art2</p> <p>Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). <i>Procedimiento de inscripción en las Listas y selección de buenas prácticas de salvaguardia</i>. https://ich.unesco.org/es/procedimiento-de-inscripcion-00809#criterios</p> <p>Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). <i>Lista de patrimonio cultural inmaterial y el</i></p>	<p>Castillo, M. & Alfonso, N. (2017). <i>Patrimonio cultural y turismo: un estudio comparado entre México y Colombia</i>. (1a ed.) México: Torres Asociados. http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/68160</p> <p>Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo (s.f.). <i>Documentos sobre turismo cultural</i>. https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/documentos.php</p> <p>Gobierno de México. Sistema de Información Cultural México (s.f.). <i>Inventario del patrimonio cultural inmaterial en Baja California</i>. https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=frpintangible&disciplina=&estado_id=2&municipio_id=0</p> <p>Ley de preservación del patrimonio cultural del estado de Baja California (1995, reformada el 18 de noviembre de 2018). https://www.congresobc.gob.mx/Documentos/ProcesoParlamentario/Leyes/TOMO_VI/30112018_LEYPATCU.PDF</p> <p>XIX Ayuntamiento de Mexicali. Reglamento de bienes del patrimonio del municipio de Mexicali, Baja California (2010). http://mexicali.gob.mx/transparencia/normatividad/reglamentos/pdf/bienesPatrimonio.pdf</p>

Registro de Buenas Prácticas de Salvaguardia.
<https://ich.unesco.org/es/listas>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2021). *The Criteria for Selection of World Heritage List.* <https://whc.unesco.org/en/criteria/>

Organización Mundial del Turismo. (2001). *Código ético mundial para el turismo.* <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura de Patrimonio Nacional y Turismo deberá tener título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística, Licenciado en Geografía, o área afín. Ostentar conocimiento de los atractivos del país e historia básica de México. Preferentemente con posgrado en área afín. Experiencia laboral de dos años en el área del turismo y preferentemente con 2 años de experiencia docente. Ser proactivo, analítico y que fomente la pasión por México.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Gestión del Capital Humano
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 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

Ana María Margarita Rodríguez Durán
Ana Lilia Sánchez Gaxiola
Perla Guadalupe Herrera Hernández

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es brindar al alumno los conocimientos, herramientas y técnicas administrativas para gestionar adecuadamente el capital humano de una organización. La utilidad de esta radica en que le permite al estudiante atender las necesidades del departamento de una forma proactiva, ética y profesional. Se imparte en la etapa básica con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Administración.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar las funciones del capital humano, mediante la aplicación de herramientas, aspectos legales y nuevas técnicas administrativas de vanguardia, para propiciar un desarrollo estratégico en la atracción y retención del personal, optimizar las habilidades de comunicación, integración y evaluación de equipos de trabajo hacia el cumplimiento de los objetivos organizacionales, con una actitud proactiva y perspectiva multidisciplinaria.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Evidencias de prácticas de taller relacionadas a la gestión del capital humano mediante las cuales se demuestre la aplicación los conocimientos, herramientas y técnicas adquiridas durante el curso, garantizando el desarrollo de un trabajo con calidad y profesionalismo, en el cumplimiento con los objetivos organizacionales.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Antecedentes de la administración del capital humano

Competencia:

Analizar los antecedentes, conceptos y estructura general de la administración del capital humano, a partir de su investigación y estudio, para contextualizarlos en el ámbito laboral, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 1 hora

- 1.1. Concepto y antecedentes históricos de la administración del capital humano.
- 1.2. Funciones, objetivos y estructura de la administración del capital humano.
- 1.3. Políticas de la administración del capital humano.
- 1.4. Administración proactiva y reactiva del capital humano.
- 1.5. Distinción entre recursos humanos, capital humano y talento humano.

UNIDAD II. Planeación del capital humano

Competencia:

Elaborar descripciones de puestos, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos específicos, con el fin de distinguir las características del puesto para una adecuada gestión del capital humano, con actitud proactiva, objetiva y responsable.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 2.1. Concepto de la planeación del capital humano.
- 2.2. Ventajas de la planeación del capital humano.
- 2.3. Oferta y Demanda del capital humano.
- 2.4. Mercado de trabajo y mercado del capital humano.
- 2.5. Análisis y descripción de puestos.

UNIDAD III. Reclutamiento y selección de personal

Competencia:

Gestionar adecuadamente los procesos de reclutamiento y selección de personal de la empresa; mediante el uso de herramientas y técnicas administrativas, para coadyuvar en la integración de colaboradores competitivos, con una actitud analítica, responsable y organizada.

Contenido:**Duración:** 5 horas

- 3.1. Conceptos de reclutamiento y selección de personal.
- 3.2. Reclutamiento Interno y externo. Ventajas y desventajas.
- 3.3. Fuentes de reclutamiento.
- 3.4. Solicitud de empleo y Currículum vitae.
- 3.5. Etapas del proceso de selección de personal.
 - 3.5.1. Preselección de solicitudes.
 - 3.5.2. Entrevista preliminar.
 - 3.5.3. Investigación de los antecedentes laborales.
 - 3.5.4. Exámenes psicométricos.
 - 3.5.5. Lenguaje corporal.
 - 3.5.6. Entrevista de selección.
 - 3.5.7. Proceso de selección final.
- 3.6. Atracción y retención del personal.

UNIDAD IV. Contratación de personal

Competencia:

Diseñar un contrato y reglamento interior de trabajo, analizando las leyes vigentes que se rigen en el país, buscando el adecuado funcionamiento de las relaciones contractuales, en los derechos y obligaciones de patrones y trabajadores, manteniendo una actitud responsable y profesional en la prestación de los servicios.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 4.1. Contrato de trabajo y tipos.
- 4.2. Contenido de un contrato individual de trabajo.
- 4.3. Aspectos esenciales de la Ley Federal del Trabajo en materia laboral.
 - 4.3.1. Objetivos de los sindicatos.
 - 4.3.2. Prestaciones de ley.
- 4.4. Reglamento Interior de Trabajo.
 - 4.4.1. Estructura y registro del Reglamento Interior de Trabajo.
- 4.5. Código Ético Mundial para el Turismo.

UNIDAD V. Capacitación y adiestramiento de personal

Competencia:

Diseñar un programa de capacitación anual, con base en la detección de necesidades y el apoyo de las TIC's, para desarrollar personal y profesionalmente a los colaboradores al margen de los objetivos del puesto y de la empresa; manteniendo una actitud proactiva, propositiva y creativa.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 5.1 Conceptos de Capacitación, Adiestramiento y Desarrollo Personal y Profesional.
- 5.2. Objetivo y beneficios de la capacitación.
- 5.3. Detección de necesidades de capacitación (DNC).
 - 5.3.1. Plan, diseño y evaluación de la capacitación.
- 5.4. Tipos de capacitaciones en empresas.
 - 5.4.1. Inducción de personal.
 - 5.4.1.1. Contenido del programa de inducción de personal.
 - 5.4.1.2. Beneficios del programa de inducción.
 - 5.4.2. Capacitación por competencias.
 - 5.4.2.1. CONOCER (Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales).
 - 5.4.2.2. PROCADIST Programa de Capacitación a Distancia – STPS.
- 5.5. Marco legal de la capacitación ante la STPS.

UNIDAD VI. Evaluación de desempeño

Competencia:

Estructurar la evaluación de desempeño del personal, a partir del perfil de puestos y mediante la aplicación de técnicas e instrumentos organizacionales, para determinar el plan de desarrollo profesional de los colaboradores, con una actitud integra, responsable y objetiva.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 6.1. Concepto de evaluación del desempeño.
- 6.2. Tipos de evaluaciones: tradicionales y digitales.
- 6.3. Técnicas establecidas para la evaluación del desempeño.
- 6.4. Resultados de la evaluación del desempeño.
- 6.5. Evaluaciones de normatividad ante la STPS.
- 6.6. Plan de desarrollo profesional en una empresa posterior a la evaluación del desempeño.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Antecedentes históricos de la administración del capital humano hasta la actualidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participa en clase para recibir instrucción de las metas de esta unidad e información que le será de utilidad para la realización de cada una de ellas. 2. Analiza material de apoyo e investiga fuentes confiables acerca de la historia de la administración del capital humano. 3. Crea una línea del tiempo que representa la evolución de la administración del capital humano. 4. Entrega el trabajo al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos: investigar en fuentes confiables. 	3 horas
2	Conocimiento de los objetivos, políticas y funciones de la administración del capital humano.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participa en clase para recibir instrucción de las metas de esta unidad e información de los objetivos y funciones del capital humano en una empresa. 2. Analiza el material de apoyo e investiga en fuentes confiables acerca de la administración del capital humano, sus objetivos, funciones y políticas. 4. Diseña un cuadro comparativo con los siguientes conceptos: diseño organizacional, estructura, departamentalización y cadena de mando. 5. Entrega su cuadro comparativo al docente. 6. Participa en un foro aportando sus puntos de vista y argumentos derivados del análisis del tema. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	3 horas

UNIDAD II				
3	Conceptos de planeación, oferta, demanda, mercado de trabajo y del capital humano.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participa en clase para recibir instrucción del tema de planeación. 2. Analiza material de apoyo e investiga en fuentes confiables acerca de la planeación del capital humano. 3. Llena un cuadro comparativo otorgado por el docente con los conceptos de planeación, oferta, demanda, mercado de trabajo y del capital humano. 4. Diseña un análisis y descripción de puestos de manera práctica y lo entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	5 horas
UNIDAD III				
4	Diseño de la publicación de un anuncio de vacante (flyer).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para el diseño de un flyer de un puesto vacante. 2. Utiliza la plataforma CANVA, para el diseño del anuncio. 3. Elabora el diseño del anuncio, en un documento de pdf y lo entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. (Plataforma Canva). • Recursos bibliográficos (artículos, periódicos y bolsas de trabajo de internet, etc.). 	4 horas
5	Diseño de un Currículum Vitae.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Diseña un Currículum Vitae, en un documento de Word, con base en las recomendaciones del profesor. 3. Revisa que cumpla con los requerimientos del diseño y lo entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software editor de textos. • Recursos bibliográficos (artículos, periódicos y bolsas de trabajo de internet, etc.). 	3 horas

6	Test psicométrico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Selecciona y se autoaplica un test psicométrico relacionado al proceso de selección de personal. 3. En un documento de texto, describe una breve conclusión sobre los resultados obtenidos en el test realizado. Posteriormente, lo entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software editor de textos. • Recursos bibliográficos (Páginas de exámenes psicométricos, etc.). 	2 horas
7	Rol de entrevistador-entrevistado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las recomendaciones del profesor para realizar una práctica sobre el proceso de entrevistas de trabajo. 2. Realiza la práctica de una entrevista de trabajo con otro compañero de clase. 3. Recibe retroalimentación del profesor, junto con sus compañeros, sobre la práctica realizada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos (Artículos relacionados al proceso de selección y Currículum Vitae.). 	5 horas
UNIDAD IV				
8	Diseño de un contrato individual de trabajo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Analiza el contenido de algunos contratos de trabajo. 3. Elabora un contrato individual de trabajo. 4. Revisa el contrato de trabajo elaborado y lo entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software editor de textos. • Recursos bibliográficos (Ley Federal del Trabajo, artículos de contratos de trabajo, etc.). 	4 horas
9	Diseño de apartado de reglamento interior de trabajo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor, para realizar la 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. 	2 horas

		<p>práctica, sobre el contenido de un Reglamento Interior de Trabajo.</p> <ol style="list-style-type: none"> Analiza de forma grupal, el contenido de diversos reglamentos. Diseña un apartado de un reglamento interior de trabajo. Revisa el apartado diseñado y lo entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> Software editor de textos. Recursos bibliográficos (Ley Federal del Trabajo, artículos de reglamentos interiores de trabajo, etc.). 	
UNIDAD V				
10	Detección de necesidades de capacitación (DNC).	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las sugerencias del profesor para la elaboración de una guía de detección de necesidades. Analiza material de apoyo e investiga en fuentes confiables a cerca del DNC. Diseña y aplica un DNC en el departamento de una empresa. Elabora un informe en un documento de texto de los resultados obtenidos en el DNC en un documento de Google Docs. Entrega el informe al docente para revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora. Internet. Software de citación y editor de texto (Google Docs). Recursos bibliográficos (Libros, artículos relacionados al DNC y otras fuentes confiables, etc.). 	8 horas
11	Diseño de un programa de capacitación anual.	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las orientaciones del profesor, sobre el diseño de un programa de capacitación anual. Analiza material de apoyo e investiga en fuentes confiables acerca del plan de trabajo anual de capacitación. Diseña un programa de 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora. Software de citación y editor de texto. Informe DNC (práctica anterior). Recursos bibliográficos (Libros, artículos relacionados al DNC y otras fuentes confiables). 	6 horas

		<p>capacitación anual con base al informe de DNC elaborado en la práctica anterior.</p> <p>4. Incluye tema, objetivo general, objetivos específicos, a quien va dirigido, competencia(s) a desarrollar, duración, modalidad (virtual – presencial), recursos de apoyo y fecha de aplicación.</p> <p>5. Entrega plan de trabajo al docente y la empresa de practica para evaluación y retroalimentación.</p>		
UNIDAD VI				
12	Estructura de la evaluación de desempeño.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor, sobre la evaluación del desempeño. 2. Analiza material de apoyo e investiga en fuentes confiables acerca de los tipos de evaluación de desempeño. 3. Propone una evaluación de desempeño e incluye tipo de evaluación, periodicidad y plan de acción de acuerdo a los posibles resultados obtenidos. 4. Entrega la estructura de evaluación de desempeño en formato PDF al docente para evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (Libros, artículos relacionados a la evaluación de desempeño y otras fuentes confiables). 	3 horas

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
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Resúmenes
- Informes
- Cuadro comparativo
- Líneas de tiempo
- Mapas conceptuales
- Técnicas y herramientas para gestión del capital humano

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

- Evaluaciones parciales (al menos dos).... 20%
- Tareas 10%
- Exposición 10%
- Prácticas de taller 60%
- Total**.....100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
Alles, M. (2018). <i>Desempeño por competencias: evaluación de 360°</i> (3ª ed.). México: Granica.	Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2021). <i>Ley Federal del Trabajo</i> . Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125_110121.pdf
Alles, M. A. (2016). <i>Dirección estratégica de recursos humanos</i> (4ª ed.). México: Granica.	Gobierno de México. (s.f.). <i>Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales</i> . Recuperado de https://conocer.gob.mx/
Ayensa, Á. M. (2018). <i>Gestión de recursos humanos</i> . Madrid: Paraninfo.	Contreras, S. R., Peñaloza, L. (2018). El talento humano y el cuidado ambiental en la industria hotelera. <i>Anuario Turismo y Sociedad</i> , 23, 85–100. Recuperado de https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.18601/01207555.n23.05
Bohlander, G. W., Morris, S., Snell, S., y García, C. (2018). <i>Administración de recursos humanos</i> (17ª ed.). México: Cengage Learning.	Delgado, A., Vargas, E. E., Rodríguez, F., & Montes, J. M. (2018). Estructura organizacional, Capital humano y redes de colaboración: Determinantes de la capacidad de innovación en restaurantes. <i>Ad-Minister</i> , 32, 5–28. Recuperado de https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.17230/ad-minister.32.1
Chiavenato, I. (2019). <i>Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones</i> (10ª ed.). México: McGraw-Hill.	Fortune. (2021). <i>25 Best global companies to work for</i> . Recuperado de https://fortune.com/global-best-companies/
Chiavenato, I. (2020). <i>Administración de recursos humanos</i> . México: Mc Graw Hill.	Procadist. (s.f.). <i>Programa de capacitación a distancia para trabajadores</i> . Recuperado de https://www.procadist.gob.mx/portal/
Gómez-Mejía L. R., Delgado, M. I., Cardy, R. L., y Balkin, D. B. (2016). <i>Dirección de recursos humanos</i> (8ª ed.). España: Pearson Educación.	Secretaría de Gobernación. (s.f.). <i>Normas Oficiales Mexicanas</i> . Recuperado de https://www.dof.gob.mx/busqueda_detalle.php
Grados, J. (2020). <i>Capacitación y Desarrollo de personal</i> (6ª ed.). México: Trillas.	
Maxwell, J. (2019). <i>El ABC de la Capacitación</i> . Brasil: VR Editoras.	

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Gestión del Capital Humano debe contar con título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística, Psicología o Administrativas; preferentemente con estudios posgrado en área afín y dos años de experiencia docente y tres años de experiencia laboral en capital humano de preferencia en empresas turísticas como la hotelera. Ser proactivo, analítico y que fomente la reflexión en los estudiantes.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Análisis de la Estructura Turística
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 00 HL: 00 HPC: 03 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 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

Mayda González Espinoza
Elda Areli Luque

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda los aspectos de la estructura turística, organismos y política a fin de determinar el contexto y los elementos considerados a nivel mundial, nacional y local que permita al estudiante profundizar en el análisis de la estructura turística.

Se imparte en la etapa básica, es de carácter obligatoria y pertenece al área de conocimiento de Gestión Turística

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los elementos del sistema turístico y sus funciones, a través de sus componentes, la identificación de los organismos nacionales e internacionales y las políticas públicas aplicables al turismo, para dimensionar la actividad turística como oportunidad de desarrollo social y económico, con responsabilidad y pertinencia social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elaborar un análisis de la estructura turística considerando el entorno geográfico, sus recursos y capacidades, que integre lo necesario para realizar un producto turístico, con actitud objetiva, propositiva e innovadora

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Estructura del sector turístico

Competencia:

Distinguir la estructura del sector turístico, a través del análisis de los elementos básicos, que permita familiarizarse en el contexto del estudio del turismo, con un enfoque sistémico, actitud reflexiva y crítica.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. El sistema turístico
 - 1.1.1. Conceptos y evolución
 - 1.1.1.1. Turismo y turista
 - 1.1.2.2. Evolución de la actividad turística
- 1.2. Atractivos turísticos
 - 1.2.1. De recurso a atractivo turístico
 - 1.2.2. Clasificación de los atractivos
 - 1.2.1.1. Culturales: Tangibles e Intangibles
 - 1.2.1.2. Naturales
 - 1.2.1.3. Eventos programados
 - 1.2.3. Por su motivación de viaje: sol y playa; alternativo o naturaleza (aventura, ecoturismo y rural); negocios; salud; médico; cultural; para todos: reuniones; náutico; deportivo; espacial; entre otros
- 1.3. Planta turística
 - 1.3.1. Equipamiento
 - 1.3.2. Instalaciones
 - 1.3.3. Infraestructura
 - 1.3.4. Otros
- 1.4. La superestructura del sistema turístico
- 1.5. Diagnóstico de la oferta turística
- 1.6. Diagnóstico de la demanda turística

UNIDAD II. Organismos del turismo

Competencia:

Examinar los principales organismos internacionales, nacionales, estatales y municipales del turismo, mediante la revisión de sus normas y estándares, con la finalidad de comprender los lineamientos institucionales en materia turística, con responsabilidad crítica.

Contenido:

Duración: 10 horas

2.1. Organismos Internacionales

- 2.1.1. United Nations World Tourism Organization (UNWTO)
- 2.1.2. World Travel & Tourism Council (WTTC)
- 2.1.3. International Air Transport
- 2.1.4. Association (IATA) y otros

2.2 Organismos Gubernamentales Nacionales

- 2.2.1. Federales: Secretarías de Turismo (SECTUR), Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), entre otras
- 2.2.2. Estatales: Secretarías de Turismo Estatales o similares
- 2.2.3. Municipales: Comité de Turismo y Convenciones
- 2.2.4. Fideicomisos de Promoción Turística o similares

2.3. Organismos privados

- 2.3.1. Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM)
- 2.3.2. Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)
- 2.3.3. Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO SERVYTUR)
- 2.3.4. Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR)
- 2.3.5 Otros organismos privados

UNIDAD III. Actividades turísticas y recreacionales

Competencia:

Analizar las actividades turísticas, mediante la revisión de su clasificación, para determinar su implementación en destinos turísticos de acuerdo a su vocación, con actitud responsable con el medio ambiente y la cultura local de forma asertiva y creativa.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 3.1. Concepto de actividad turística
- 3.2. Clasificación de las actividades turísticas
 - 3.2.1. La Especie de la actividad turística
 - 3.3.2. La Naturaleza de la actividad
 - 3.3.3. Estructura de la actividad
 - 3.3.1.1. Intensidad
 - 3.3.2.2. Distribución del espacio donde se desarrollan las actividades
 - 3.3.2.3.. Capacidad de carga

UNIDAD IV. Política turística e impactos del turismo

Competencia:

Examinar la política turística actual, mediante la revisión de sus reglas, acciones y objetivos, con la finalidad de comprender la importancia y el impacto del turismo para el desarrollo internacional, nacional, regional y local con responsabilidad crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 4.1. Introducción a las políticas públicas orientadas al turismo
- 4.2. Conceptualización de la política turística
- 4.3. Características de la política turística
- 4.4. Las áreas y los instrumentos de la política turística
- 4.5. Políticas públicas orientadas al turismo social y al desarrollo sostenible
- 4.6. La participación gubernamental en el desarrollo turístico
 - 4.6.1. Plan Nacional de Desarrollo
 - 4.6.2. Programa Sectorial del Turismo
 - 4.6.3. Programa Estatal de turismo
 - 4.6.4. Programa Municipal de turismo
- 4.7. Impactos del turismo
 - 4.7.1. Impactos socioculturales
 - 4.7.2. Impactos ambientales
 - 4.7.3. Impactos económicos
- 4.8. Código ético mundial para el turismo

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Clasificación de los atractivos turísticos y sus tipos de turismo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar los diversos tipos de turismo de acuerdo a su clasificación. 2. Integra equipo colaborativo. 3. El docente asigna los tipos de turismo de acuerdo a su clasificación. 4. El equipo investiga, analiza y clasifica la información. 5. Elaboran una exposición definiendo las características de los tipos de turismo incluyendo ejemplos reales de donde se practica tanto del país como de la localidad. 6. En cuanto a los atractivos locales visita algunos sitios turísticos de la ciudad, los clasifica y los incluye en su exposición. 7. La entrega al docente para revisión. 8. El docente la autoriza. 9. El equipo se presenta ante el grupo y docente. 10. El docente revisa y retroalimenta. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Bitácora para tomar notas. ● Cámara (celular) ● Computadora. ● Internet. ● Software para elaborar exposiciones: PowerPoint, Canva, Prezi, PowToon y otros ● Recursos bibliográficos: Digitales y en biblioteca. 	4 horas
2	Sistema turístico en la localidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para hacer un diagnóstico del sistema turístico en la localidad. 2. Selecciona un municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionario. ● Cámara (celular) ● Bitácora para tomar notas ● Computadora. ● Internet. 	6 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Analiza la oferta y demanda turística. 4. Visita alguno de los organismos turísticos de la ciudad para entrevistar y solicitar a sus representantes al respecto. 4. Elabora un reporte con los resultados del análisis del sistema turístico del sitio seleccionado. 1. 5. Presenta y entrega al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Software de citación y editor de texto. ● Recursos bibliográficos: Digitales, libros en biblioteca, Páginas oficiales de los organismos turísticos 	
UNIDAD II				
3	Organismos del turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar los principales organismos internacionales, públicos y privados del turismo en México. 2. Integra equipo colaborativo. 3. El docente asigna los organismos. 4. El equipo visita al organismo público o privado designado para entrevista. 5. El equipo, con la información obtenida de la visita y bibliográfica analiza sus objetivos, funciones y actividades. 6. Elaboran una exposición. 7. La entrega al docente para revisión. 8. El docente la autoriza. 9. El equipo se presenta ante el grupo y docente. 10. El docente revisa y retroalimenta. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionario. ● Cámara (celular) ● Bitácora para tomar notas. ● Computadora. ● Internet. ● Software para elaborar exposiciones: PowerPoint, Canva, Prezi, PowToon y otros. ● Recursos bibliográficos: ● Páginas oficiales de los organismos turísticos. 	6 horas

UNIDAD III				
4	Clasificación de las actividades turísticas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre la clasificación de las actividades turísticas. 2. El estudiante visita una localidad e identifica sus actividades turísticas actuales y potenciales 3. El estudiante organiza la información en un mapa conceptual. 4. Presentan ante el grupo y docente. 5. El docente revisa y retroalimenta. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cámara (celular) ● Bitácora para tomar notas. ● Computadora. ● Internet. ● Software para elaborar mapas mentales como: Canva, SmartDraw, LucidChart y otros ● Recursos bibliográficos: Digitales y en biblioteca. 	4 horas
UNIDAD I IV				
5	Programas sectoriales de turismo Federal, Estatal y Municipal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para analizar la política turística actual en México (nacional, estatal y municipal). 2. En una tabla comparativa: 3. Enlista las estrategias que se llevarán a cabo en el Programa Sectorial de Turismo. 4. Enlista las estrategias que se llevarán a cabo en el Programa Estatal de Turismo. 5. Enlista las estrategias que se llevarán a cabo en el Programa Municipal de Turismo. 6. En el punto 4 y 5 de acuerdo a la posibilidad se visita a dicho organismo para obtener información de las acciones llevadas a la práctica de acuerdo al programa publicado. 7. Elabora la tabla. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionario. ● Cámara (celular) ● Bitácora para tomar notas. ● Computadora. ● Internet. ● Recursos bibliográficos: ● Programas sectoriales de turismo. 	8 horas

		8. Escribe conclusiones. 9. Presenta y entrega al docente para su revisión y retroalimentación.		
6	Impacto sociocultural, ambiental y económico del turismo de un destino aplicando el Código Ético Mundial para el Turismo.	1. Atiende las indicaciones del docente para hacer listado de los impactos del turismo en la localidad (sociocultural, ambiental y económico) aplicando el Código Ético Mundial para el Turismo. 2. Elige como caso su localidad. 3. Analiza los impactos positivos y negativos, así como los artículos del código ético que apliquen. 4. Escribe su reflexión al respecto. 5. Elabora un reporte con los resultados del análisis 6. Presenta y entrega al docente para su revisión y retroalimentación.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionario. ● Cámara (celular) ● Bitácora para tomar notas. ● Computadora. ● Internet. ● Software de citación y editor de texto. ● Recursos bibliográficos: Código Ético Mundial para el Turismo y estudios relacionados al impacto que genera el turismo. 	10 horas
7	Estructura turística	1. Atiende las indicaciones del docente para hacer análisis de la estructura turística considerando el entorno geográfico, la vocación de sus recursos y capacidades que integre lo necesario para realizar un producto turístico. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Analiza la estructura turística (oferta, demanda, planta turística, Infraestructura y superestructura turística), considerando el entorno geográfico y el código ético	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionario. ● Cámara (celular) ● Bitácora para tomar notas. ● Computadora. ● Internet. ● Software de citación y editor de texto. ● Recursos bibliográficos: Digitales, en biblioteca, páginas oficiales de los organismos turísticos. 	10 horas

		<p>mundial para el turismo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Analiza los recursos naturales y culturales del lugar y capacidades que integre lo necesario para realizar un producto turístico. 5. Integra parte de la información recabada en el semestre. 6. Realiza visitas adicionales relacionadas al tema para complementar información. 7. [También puede obtener la información en caso de realizar su práctica de campo por el Estado (viaje de familiarización)]. 8. Elabora un reporte con los resultados del análisis 9. Presenta y entrega al docente 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
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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

- Evaluaciones parciales..... 30%
- Prácticas de taller..... 30%
- Análisis de la estructura turística de un destino. . 40%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Boullón, R. (2009). <i>Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista</i>. Trillas. [clásica].</p> <p>Gobierno de México. Programa Sectorial de Turismo (2020-2024). Secretaría de Turismo. Recuperado de http://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/PROSECTUR_2020-2024.pdf</p> <p>Gurría Di Bella, M. (1991). <i>Introducción al turismo</i>. Trillas. [clásica].</p> <p>Morales, L. y Camacho, A. (2019). <i>Productividad de las empresas y su competitividad en los mercados</i>. Pearson.</p> <p>Organización Mundial del Turismo. UNWTO Tourism Data Dashboard. Recuperado de https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard</p> <p>Organización Mundial del Turismo. (2001). Código ético mundial para el turismo. Recuperado de https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf</p> <p>Sancho, A. (coord.). (s.f.). <i>Introducción al turismo</i>. Organización Mundial del Turismo.</p> <p>Organización de Naciones Unidas ONU (2018). Promoción del turismo sostenible, incluido el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente. Asamblea General de la ONU A/72/274. Recuperado de http://undocs.org/es/A/73/274</p>	<p>Castejón, R., Méndez, E., Martínez, J.L. Pérez, A. (2014). <i>Introducción a la economía para el turismo</i>. Pearson [clásica].</p> <p>Calvo, J. y otros, (2011). <i>Microeconomía del turismo</i>. Sanz y Torres. [clásica].</p> <p>Ivanova, A y Ibáñez, R. (coord.), (2012). <i>Medio ambiente y política turística en México</i>. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. [clásica].</p> <p>Molina, S., (2007). <i>Política turística en México</i>. México: Trillas [clásica].</p> <p>Muñiz, D. (2001). <i>La política de turismo social</i>. Junta de Andalucía. [clásica]</p> <p>Orduña, F. y Dzib, U. (2019). Análisis de las políticas públicas del turismo sustentable en el centro histórico de Santiago Querétaro. <i>Revista turismo y sociedad</i>, volumen 26 pp21-44, 2020. Recuperado de: https://www.redalyc.org/jatsRepo/5762/576262996001/html/index.html</p> <p>Ramírez, M. (1991). <i>Teoría general del turismo</i>. México: Trillas. [clásica].</p>

Urreta, O. E. (2019), *Diseños productos y servicios turísticos locales*. Paraninfo.

World Tourism Organization (2016). Accessible Tourism for all: An Opportunity within our reach UNWT, Madrid. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284417919>

World Travel Tourism Council. (2020). Leading Global Protocols for the new normal. World Travel & Tourism Council. Recuperado de <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Análisis de la Estructura Turística debe contar con título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística; o área afín, preferentemente con estudios de posgrado en área afín, dos años de experiencia comprobable en área de turismo. Ser autodidacta, proactivo, analítico, enfocado en la investigación.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Hospitalidad
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 00 HL: 00 HPC: 03 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 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

Abel Martínez Camacho
Alejandro Zazueta Valenzuela
Edrick Reyes Meléndez
Elda Areli Luque
Rosa Guadalupe Quintana Ruiz

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Hospitalidad tiene la finalidad que el alumno distinga las empresas, servicios y productos que integran la industria de la hospitalidad para asegurar la experiencia y satisfacción de los diversos perfiles de clientes. Generando una cultura y espíritu de servicio, protocolos de servicio e indicadores de calidad que permitan la adaptabilidad, solución de problemas con inteligencia emocional, creatividad, empatía y tolerancia. Esta asignatura forma parte de la etapa básica y es de carácter obligatoria y corresponde al área de conocimiento: Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los principios que integran la industria de la hospitalidad, basados en diferentes herramientas y modelos de calidad en el servicio, para asegurar la experiencia y satisfacción del cliente con anfitrión, empatía y tolerancia.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Diseño de una experiencia con innovación de procesos utilizando herramientas en el servicio al cliente de una empresa que integra la industria de la hospitalidad.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Industria de la hospitalidad

Competencia:

Identificar los antecedentes y tendencias que integran la industria de la hospitalidad, mediante la clasificación de las empresas que la integran para comprender la importancia que tiene el ofrecer un servicio de calidad en este sector; con pensamiento crítico, analítico y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Antecedentes de la industria del servicio.
- 1.2. Evolución de la industria del turismo.
- 1.3. La industria de la hospitalidad en la actualidad.
- 1.4. Empresas que integran la industria de la hospitalidad y sus características.
- 1.5. Casos de éxito de reconocimientos a empresas de la industria de la hospitalidad.
 - 1.5.1. Principales programas de calidad en México.
 - 1.5.2. World Travel Awards.
 - 1.5.3. Traveller's Choice.
 - 1.5.4. Otros

UNIDAD II. Servicio al cliente en la industria de la hospitalidad

Competencia:

Comprender las características del servicio al cliente en la industria de la hospitalidad, a través del análisis de los componentes del marketing de servicio para asegurar la experiencia y satisfacción del usuario con sentido de pertenencia, pensamiento holístico y confianza.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. Concepto de servicio al cliente.
- 2.2. Componentes del servicio al cliente.
- 2.3. Servicio al cliente vs servilismo.
- 2.4. Huésped/cliente y turista.
- 2.5. Características del servicio.
- 2.6. 7 “p” del servicio.

UNIDAD III. Tipos de clientes

Competencia:

Distinguir de los diversos tipos de cliente en la industria de la hospitalidad, por medio del análisis de sus características y comportamientos para brindar los protocolos de servicios adecuados con pensamiento lógico, efectividad y tolerancia.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1. Importancia del cliente.
- 3.2. Tipología de clientes.
- 3.3. Características y comportamiento de cada tipo de cliente.
- 3.4. Procedimientos para la atención a diferentes tipos de clientes.

UNIDAD IV. Comunicación asertiva en la atención al cliente

Competencia:

Desarrollar un proceso de comunicación asertiva con el cliente, con apego a la diversidad cultural para adaptar los protocolos de etiqueta y servicio con empatía, tolerancia y amabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Comunicación asertiva.
- 4.2. Diversidad cultural del cliente y colaborador.
 - 4.2.1. Étnica.
 - 4.2.2. Religiosa.
 - 4.2.3. Uso y costumbres.
- 4.3. Protocolos de etiqueta con base en la diversidad cultural.
 - 4.3.1. Cultura nacional.
 - 4.3.2. Cultura anglosajona.
 - 4.3.3. Cultura chino mandarín.
 - 4.3.4. Cultura europea.
- 4.3.4. Otras.

UNIDAD V. Herramientas de calidad en el servicio

Competencia:

Diseñar una experiencia turística mediante la aplicación de protocolos y herramientas de calidad en el servicio para asegurar la satisfacción y superar las expectativas de los clientes con anfitrionía, empatía y espíritu de servicio.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 5.1. Triángulo de servicio.
- 5.2. Ciclo de servicio.
- 5.3. Evaluación de momentos de verdad.
- 5.4. Protocolos de servicio.
 - 5.4.1. Ejemplos de protocolos de servicio en la industria de la hospitalidad.
 - 5.4.2. Desarrollo de protocolos de servicio.
- 5.5. Modelos de brechas.
- 5.6. Procedimiento de creación de una experiencia turística.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Exposición de casos de éxito de reconocimientos a empresas de la industria de la hospitalidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Selecciona un reconocimiento turístico. 4. Investiga las generalidades del reconocimiento turístico. 5. Selecciona una empresa con dicho reconocimiento turístico. 6. Investiga una empresa que tenga el reconocimiento y sus características. 7. Expone los hallazgos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Cañón ● Internet 	4 horas
UNIDAD II				
2	Mapa mental de componente y características del servicio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asiste puntualmente al establecimiento turístico seleccionado. 2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento. 3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 4. Desarrolla sus componentes y características. 5. Diseña el mapa mental. 6. Explique el mapa mental al grupo y docente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Cañón ● Internet 	4 horas

3	Reporte del desarrollo 7 "P" de servicio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asiste puntualmente al establecimiento turístico seleccionado. 2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento. 3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 4. Desarrolla cada una de las 7 "P" de servicio del establecimiento. 5. Diseña el reporte. 6. Explica los hallazgos al grupo y docente. 7. Entrega al docente el reporte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Cañón • Internet 	3 horas
UNIDAD III				
4	Infografía de los tipos de cliente y sus características	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asiste puntualmente al establecimiento turístico seleccionado. 2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento. 3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 4. Investiga a los tipos de clientes. 5. Desarrolla las características y comportamiento de los tipos de cliente del establecimiento. 6. Diseña la infografía 7. Explique la infografía al grupo y docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Cañón • Internet 	3 horas
5	<i>Role play</i> de tipo de clientes y procedimiento de atención	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asiste puntualmente al establecimiento turístico seleccionado. 2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliario. • Equipo. • Utensilios del servicio • Computadora. 	8 horas

		<p>establecimiento.</p> <p>3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica.</p> <p>4. Integra equipo colaborativo.</p> <p>5. Selecciona un tipo de cliente de acuerdo a lo observado durante la práctica.</p> <p>6. Idea y desarrolla la problemática.</p> <p>7. Actúa la problemática establecida.</p> <p>8. El grupo participa dando posibles soluciones.</p> <p>9. El equipo soluciona el problema.</p> <p>10. Entrega el reporte con el <i>role play</i> al docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Proyector. ● Internet. 	
UNIDAD IV				
6	Infografía sobre la diversidad cultural de un país enfocado a la procedencia del turista que visita México.	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica.</p> <p>2. Selecciona un país de procedencia del turista.</p> <p>3. Investigar la diversidad cultural del país.</p> <p>4. Selecciona las principales características de los turistas.</p> <p>5. Diseña la infografía.</p> <p>6. Explique la infografía al grupo y docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Cañón ● Internet 	3 horas
7	Infografía de protocolos de etiqueta	<p>1. Asiste puntualmente al establecimiento turístico seleccionado.</p> <p>2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento.</p> <p>3. Atiende las orientaciones del</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Cañón ● Internet 	3 horas

		<p>profesor para realizar la práctica.</p> <p>4. Investigar protocolos de etiqueta que aplican en el servicio.</p> <p>5. Desarrolla los protocolos de etiqueta y sus características.</p> <p>6. Investiga terminología (fraseología) correspondiente.</p> <p>7. Diseña la infografía.</p> <p>8. Explique la infografía al grupo y docente.</p>		
8	<p><i>Role play</i> de tipo de protocolos de servicio enfocado a la diversidad cultural del turista.</p>	<p>1. Asiste puntualmente al establecimiento turístico seleccionado.</p> <p>2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento.</p> <p>3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica.</p> <p>4. Integra equipo colaborativo.</p> <p>5. Investiga la procedencia del turista del establecimiento.</p> <p>6. Investiga usos y costumbres sociales.</p> <p>7. Idea y desarrolla la problemática.</p> <p>8. Actúa la problemática establecida.</p> <p>9. El grupo participa dando posibles soluciones.</p> <p>10. El equipo soluciona el problema.</p> <p>11. Entregar el reporte con el <i>role play</i> al docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Mobiliario. ● Equipo. ● Utensilios del servicio seleccionado. ● Computadora. ● Proyector. ● Internet. 	8 horas
UNIDAD V				
9	Creación de la experiencia en una	1. Asiste puntualmente al	● Computadora	12 horas

	<p>empresa turística determinada</p>	<p>establecimiento turístico seleccionado.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento. 3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 4. Integra equipo colaborativo. 5. Sigue la metodología para la creación de la experiencia. 6. Desarrolla la experiencia turística. 7. Expone la experiencia turística. 8. Entrega el reporte al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cañón ● Internet 	
--	--------------------------------------	--	---	--

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):

- Exposición de caso
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Role play
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Participa activamente en clase
- Organizador gráfico (mapas mentales, infografías, cuadros sinópticos, etc.)
- Trabaja de manera individual, en equipo y grupal
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

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 y actividades.....	10%
- Exposición	15%
- Prácticas de taller.....	20%
- Diseño de una experiencia turística	35%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Alvarado, M. T. O. (2011). <i>Protocolo y organización de eventos</i>. España: UOC. [clásica]</p> <p>Hudson, S. & Hudson, L, (2013). <i>Customer Service in Tourism and Hospitality</i>. United State: Goodfellow Publishers Lim. [clásica]</p> <p>Kinni, T. (2016). <i>Disney y el arte del servicio al cliente</i>. Estados Unidos: Disney Institute.</p> <p>Krauz, A. (2017). <i>Service Quality in Leisure and Tourism</i>. Germany: Scitus academics.</p> <p>Ruiz, C. V., y Armand, E. H. (2018). <i>Introducción al turismo: análisis y estructura</i>. España: Centro de Estudios Ramón Areces SA.</p> <p>Tschohl, J. (2014). <i>Servicio al cliente. Técnicas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios</i>. (10ma. ed). Estados Unidos de América: Service Quality Institute. http://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf [clásica]</p> <p>Vallejo, G. y Sánchez, F. (2017). <i>Servicio con pasión</i>. Colombia: conecta.</p> <p>Vallejo,G. (2018). <i>Re-evolución en el servicio, la transformación en el servicio al cliente en el siglo XXI</i>.Colombia: conecta.</p>	<p>Arroyo, G. C. y Morrueco, G. R. (2013). <i>Eventos corporativos y protocolo empresarial</i>. Colombia: Ediciones de la U. [clásica]</p> <p>Brown, A. (1992). <i>Gestión de la atención al cliente</i>. España: Díaz de Santos. [clásica]</p> <p>García, F., García, P. P., & Gil, M. (2007). <i>Técnicas de servicio y atención al cliente</i>. España: Paraninfo. [clásica]</p> <p>Horovitz, J. (2000). <i>Los siete secretos del servicio al cliente</i>. España: Pearson Educación. [clásica]</p> <p>Horovitz, J. (2006). <i>Los secretos del servicio al cliente: Movimientos de la dirección para obtener resultados con los clientes</i>. Reino Unido: Prentice Hall. [clásica]</p> <p>Muñoz, M. S. (2010). <i>Protocolo y relaciones públicas 2</i>. España: Paraninfo. [clásica]</p> <p>Revista Hospitalidad ESDAI. (2020). https://revistas.up.edu.mx/ESDAI/about</p> <p>Swift, R. S. (2002). <i>Crm. Cómo Mejorar Las Relaciones Con Los Clientes</i>. Estados Unidos: Pearson Educación. [clásica]</p> <p>Tate, R., & Stroup, J. (2006). <i>El profesional del servicio al cliente</i>. España: Universitaria Ramón Areces. [clásica]</p> <p>Turismo, medio de información y promoción turística. (2020). https://www.revistaturismo.mx/</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Hospitalidad debe contar con título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística o área afín, con conocimientos en alguna de las empresas que integran la industria de la hospitalidad, servicio al cliente, atención al huésped, creación de experiencias, preferentemente con estudios de posgrado y tres años de experiencia en el sector dentro de estas áreas o con cursos de actualización recientes en hospitalidad/servicio al cliente. Además, debe ser una persona honesta, empática y responsable.

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 de Metodología de Investigación
- 5. Clave:**
- 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

Jesús Manuel Lucero Acosta

Juan Antonio Meza Fregoso

Karina Caro Corrales

Ma. Cruz Lozano Ramírez

Sergio Bernardino López

Fecha: 11 de noviembre de 2020

Vo.Bo. de subdirectores de las Unidades Académicas

Jesús Antonio Padilla Sánchez

Esperanza Manrique Rojas

Angélica Reyes Mendoza

Mayra Iveth García Sandoval

Adelaida Figueroa Villanueva

Ana Cecilia Bustamante Valenzuela

Edith Martín Galindo

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Fundamentos de Metodología de la Investigación tiene como propósito que el estudiante aplique los principios del método científico como herramienta de apoyo para generar una propuesta de solución a problemas en las organizaciones. Además, desarrollará el pensamiento y sentido crítico, compromiso social y la comunicación efectiva.

Esta asignatura se imparte en la etapa básica con carácter obligatorio, es una asignatura obligatoria compartida para los programas educativos de las DES Económico-Administrativa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar un protocolo de investigación aplicando los principios del método científico por medio de los enfoques cualitativo, cuantitativo y/o mixto, con el fin de proponer soluciones a las problemáticas de las organizaciones en el área económico-administrativa, de manera analítica, rigor metodológico, trabajo colaborativo y honestidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Protocolo de investigación que proponga una solución a un problema relacionado con las ciencias económico-administrativa se entrega en formato digital o impreso con las siguientes características: portada, índice, introducción, planteamiento del problema, marco teórico conceptual, metodología, resultados esperados, conclusiones y recomendaciones, cronograma, referencias en formato APA y anexos.

Presentación oral del protocolo de investigación con apoyo de herramientas digitales.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Fases del método científico

Competencia:

Analizar los conceptos básicos del método científico, mediante la revisión de los enfoques, tipos de métodos y alcances de la investigación, para reconocer su importancia de su aplicación y la generación de posibles soluciones a problemas en las organizaciones, con pensamiento crítico, honestidad y objetividad.

Contenido:

- 1.1 Tipos de métodos
- 1.2 El método científico y sus características.
- 1.3 Enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto
- 1.4 Tipos de métodos (deductivo, inductivo, sintético y analítico)
- 1.5 Alcance de la investigación (exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo)

Duración: 4 horas

UNIDAD II. Planteamiento del problema

Competencia:

Definir el planteamiento del problema, mediante el análisis del contexto del fenómeno de estudio y la información de los problemas en las organizaciones, para establecer el alcance de la investigación, con pensamiento crítico, honestidad y objetividad.

Contenido:

2.1 Proceso para el planteamiento de un problema

2.1.1 La idea de investigación

2.1.2 Elección del tema

2.2 Contexto del problema

2.3 Objetivos de investigación

2.4 Preguntas de investigación

2.5 Justificación: relevancia, valor teórico, utilidad metodológica, conveniencia

Duración: 8 horas

UNIDAD III. Marco Teórico

Competencia:

Analizar y discriminar información, mediante la identificación y selección de documentos impresos y electrónicos de fuentes de información de corte científico, para desarrollar el marco teórico de la investigación, con pensamiento analítico y objetividad.

Contenido:

- 3.1 Revisión de literatura
- 3.2 Marco referencial
- 3.3 Marco conceptual
- 3.4 Marco metodológico
- 3.5 Marco empírico y/o trabajo relacionado

Duración: 8 horas

UNIDAD IV. Diseño metodológico

Competencia:

Examinar los elementos del diseño metodológico, a partir de la comparación de los enfoques de investigación, para definir el diseño metodológico de la investigación, con actitud analítica, objetiva y trabajo colaborativo.

Contenido:

- 4.1 Formulación de hipótesis
- 4.2 Características de una hipótesis
- 4.3 Tipos de hipótesis
- 4.4 Relación de hipótesis con las preguntas y objetivos de la investigación
- 4.5 Tipos de diseño de investigación
- 4.6 Población y tipos de muestra
- 4.7 Selección de la muestra
- 4.8 Tipos de muestreo
- 4.9 Variables
- 4.10 Operacionalización de variables para el diseño de instrumentos
- 4.11 Análisis de datos
- 4.12 Interpretación de resultados y recomendaciones

Duración: 8 horas

UNIDAD V. Reporte de anteproyecto

Competencia:

Redactar el reporte de resultados de la propuesta de investigación, a través de la selección de un tipo de reporte, con el fin de presentarlo a público especializado y no especializado, con responsabilidad, honestidad, claridad, pensamiento crítico y creativo.

Contenido:

- 5.1 Tipos de reportes de presentación de resultados
- 5.2 Estructura de un reporte de investigación
- 5.3 Elementos para la presentación de un reporte de investigación

Duración: 4 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Mapa conceptual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Resvisa las temáticas de las fases del método científico para elaborar un mapa conceptual. 2. Elabora un mapa conceptual que integre: tipos de métodos, características del método científico, tipos enfoques y alcances de la investigación. 3. Entrega en tiempo y forma de acuerdo a las indicaciones del docente. 	Computadora Internet Herramientas digitales Recursos bibliográficos	1 horas
UNIDAD II				
2	Planteamiento del problema	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para elaborar el planteamiento del problema. 2. Se integra en equipos. 3. Seleccionan el tema de investigación enfocada a atender una problemática o área de oportunidad en una organización. 4. Realiza el análisis contextual de la problemática. 5. Desarrolla los objetivos de la investigación. 6. Redacta las preguntas de investigación. 7. Elabora la justificación. 	Computadora Internet Herramientas digitales Recursos bibliográficos	8 horas

		8. Entrega el avance al docente en formato impreso o digital. 9. El docente revisa y realiza observaciones, correcciones y retroalimentación. 10. El estudiante realiza correcciones.		
UNIDAD III				
3	Marco teórico	1. Atiende las indicaciones del profesor para la construcción del marco teórico. 2. Identifica y selecciona documento impresos y electrónicos de corte científico referentes a la investigación. 3. Analiza y discrimina la información seleccionada. 4. Redacta las ideas principales que apoyen la construcción del marco teórico. 5. Entrega el avance (marco teórico) al docente en fomato digital o impreso. 6. El docente revisa y realiza observaciones, correcciones y retroalimentación. 7. El estudiante realiza correcciones.	Computadora Internet Herramientas digitales Recursos bibliográficos	10 horas
UNIDAD IV				

4	Diseño metodológico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones para elaborar el diseño metodológico de la investigación. 2. Formula las hipótesis. 3. Establece la relación de hipótesis con preguntas de investigación. 4. Selecciona el tipo de diseño de investigación. 5. Determina la población y muestra. 6. Establece el tipo de muestreo. 7. Define y operacionaliza las variables. 8. Realiza el análisis de datos. 9. Interpreta resultados. 10. Entrega al docente el diseño metodológico en formato digital o impreso. 11. El docente revisa y realiza observaciones, correcciones y retroalimentación. 12. El estudiante realiza correcciones. 	<p>Computadora Internet Herramientas digitales Recursos bibliográficos</p>	10 horas
5	Reporte de anteproyecto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para realizar un reporte de anteproyecto. 2. Revisa y analiza los tipos de reportes de presentación de resultados. 3. Selecciona un formato para presentar los resultados de la investigación. 	<p>Computadora Internet Herramientas digitales Recursos bibliográficos</p>	3 horas

		<ol style="list-style-type: none">4. Redacta el reporte de resultados de acuerdo al formato seleccionado.5. Entrega el reporte del anteproyecto al docente en formato impreso o digital.6. El docente revisa y realiza observaciones, correcciones y retroalimentación.7. El estudiante realiza correcciones.8. Elabora una presentación visual mediante el uso de herramientas digitales y presenta ante el grupo y docente los resultados de la investigación.		
--	--	--	--	--

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):

- Proporciona información sobre metodología de la investigación, enfoques de la investigación, métodos y técnicas
- Asesora en el uso de tecnologías de la información para la búsqueda de información de corte científico
- Proporciona ejemplos para demostrar la solución de problemas a través del método científico
- Dirige, supervisa y retroalimenta los avances de construcción de la investigación
- Propicia la participación activa del estudiante
- Elabora y aplica exámenes
- Explica y retroalimenta la elaboración de reportes de anteproyecto

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Busca y analiza información sobre metodología de la investigación, enfoques de la investigación, métodos y técnicas
- Aplica las tecnologías de la información para la búsqueda de información de corte científico
- Aplica el método científico para la propuesta de solución a una problemática
- Realiza las prácticas de taller de cada unidad temática
- Participa activamente en las actividades y clase
- Resuelve exámenes
- Elabora reportes de anteproyecto
- Realiza presentaciones del proyecto de investigación

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 exámenes.....	20%
- Avances del proyecto (prácticas de taller)	30%
- participación y discusión en clase.....	10%
- Proyecto de investigación	20%
- Presentación del reporte	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>García, D. (2017). Metodología del trabajo de investigación: Guía práctica. (6ª ed.). Editorial trillas.</p> <p>Hernández, R., Fernández, C. y Bautista, P. (2014) Metodología de la Investigación. (6ª ed.). McGraw Hill Interamericana.</p> <p>Martínez, H. (2012) Metodología de la investigación, Cengage Learning. https://libcon.rec.uabc.mx:4431/lib/uabccengagesp/detail.action?docID=3430641.</p> <p>Muñoz C. (2015). Cómo elaborar y asesorar una Investigación de Tesis. (3ª ed.). Pearson.</p> <p>Mendoza, C., Hernández, R. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. . McGraw-Hill.</p> <p>Kennett, B. (2014). Planning and Managing Scientific Research, (1ª ed.). ANU Press.</p> <p>Kumar, R. (2014). Research methodology a step by step. Guide for beginners. (4th ed.). Sage.</p>	<p>American Psychological Association. (2017) Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (APA). (3ª ed.) traducida de la 6ta en inglés, 8ava reimpresión. Edit. American Psychological Association. México</p> <p>Arias, G. (2006) Mitos y errores en la elaboración de tesis y proyectos de investigación. (3ª ed.). Editorial Episteme.</p> <p>Elementos para un reporte de investigación. (s/f). Disponible en http://tallerinvestigacionitnl.blogspot.com/2009/05/elementos-para-un-reporte-de.html</p> <p>Herbas, B., y Rocha, E. A. (2018). Metodología científica para la realización de investigaciones de mercado e investigaciones sociales cuantitativas. Revista Perspectivas, (42), 123-160. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332018000200006&lng=es&tlng=es.</p> <p>Muñoz, G. (2020). <i>Estudios de caso, metodología científica y su análisis estadístico en las ciencias sociales</i>. ILCSA Ediciones.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta asignatura debe poseer un título de Licenciatura en algún área relacionada con las ciencias económico-administrativa, preferente con estudios de posgrado. Debe tener experiencia en investigación científica y haber realizado publicaciones en revistas y experiencia docente de mínimo un año, honesto para vivir los valores de la universidad, imparcial, congruente objetivo y empático con los estudiantes.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

- 1. School:** Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana
- 2. Major:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Study Program:** 2021-2
- 4. Learning Module Name:** International Trends in Tourism
- 5. Number:**
- 6. CH:** 02 **WH:** 02 **LH:** 00 **FPH:** 00 **CLH:** 00 **EH:** 02 **CR:** 06
- 7. Stage:** Disciplinary
- 8. Module Type:** Compulsory
- 9. Course Enrollment Requirements:** No one

Learning Module Design Team

Elizabeth Pérez Morales
Angélica Murillo Alatorre
Jesús Amparo López Vizcarra
Ricardo Verján Quiñones

Approval of Assistant Dean (s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Date: March 12, 2021

II. PURPOSE OF LEARNING MODULE

The International Trends in Tourism learning unit equips students with the theoretical and methodological knowledge that allows them to identify business units, value propositions in travel, food and beverages, events, accommodation and tourism intermediaries.

It is taught in the compulsory disciplinary stage and belongs to the Innovation knowledge area.

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

Analyze international tourism, by reviewing tourism trends, to identify business opportunities and generate value propositions in travel, food and beverages, events, accommodation and tourism intermediaries, with the command of the English language, responsibility and respect for differences cultural

IV. EVIDENCES OF LEARNING/ACHIEVEMENT

The student prepares and presents a dissertation in English based on the result of the analysis that includes the value proposition in at least one of the innovative tourism trends.

V. UNIT DESCRIPTION
UNIT I. Tourism trends applicable to travel and travel services.

Competency:

Identify tourism trends applicable to travel and travel services, to know their evolution and prospects, through exploration and support on digital platforms, with critical thinking, honesty and inclusion.

Content:

- 1.1. Introduction to Innovation
- 1.2. Innovation in transportation.
- 1.2. Changes in processes related to travel services.
- 1.3. Trends and other travel modalities.
- 1.4. Generation of travel experiences applying technology.
- 1.5. The attraction of influencers as a tourist promotion.
- 1.6. Trends in the external environment: a) economic, b) social, c) cultural, d) political-legal, e) demographic

Time Allotted: 8 hours

UNIT II. Trends in food and beverage service in tourism.

Competency:

Identify trends in food and beverage service in tourism, knowing its evolution and prospects, through exploration and support on digital platforms, with critical thinking, honesty and inclusión.

Content:

- 2.1. Attention protocols in service of A and B.
- 2.2. Consumption trends of A and B.
- 2.3. Innovation in the service of A and B.
- 2.4 Sensorial experiences.

Time Allotted: 8 hours

UNIT III. Tourism trends in events.

Competency:

Examine tourism trends in various events, knowing its evolution and prospects, through exploration and support on digital platforms, with critical thinking, honesty and inclusion.

Content:

- 3.1 Innovative events.
- 3.2 Trends in tourist events.
- 3.3 New practices in the organization of events.
- 3.4 Contemporary management in events.
- 3.5 Technology for the detection of tourist conglomerates and flows.

Time Allotted: 8 hours

UNIT IV. Digital trends.

Competency:

Analyze communication channels, through exploration and support in digital platforms, knowing their evolution and impact on production processes, commercialization and generation of experiences, with an analytical attitude, responsibility and respect for cultural diversity.

Content:

- 4.1 Digital innovation in various types of tourist services.
- 4.2 Internet of things
- 4.3 Virtual reality.
- 4.4 Technological trends.
- 4.5 Facial and voice recognition technology.
- 4.6 Artificial intelligence.

Time Allotted: 8 hours

VI. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT I				
1	Tourism trends applicable to travel and travel services	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attends the professor's instructions to identify the trends in tourism applicable to travel and travel services. 2. Meets in teams 3. Makes a search in various sources such as: magazines, databases, digital platforms, newspapers, or visits to places about tourism in travel and travel services. 4. Makes a presentation. 5. Orally presents his/her innovation proposal as a result of the exercise. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Electronic board. • Projector. 	4 hours
2	Trends in the external environment	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifies the variables of the external environment that affect tourist activity. 2. Selects the ones that are most influential. 3. Proposes an alternative for innovation or modification to generate a market opportunity. 4. Introduces to the group. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Electronic board. • Projector. 	4 hours
UNIT II				
3	Trends in food and beverage service.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attends the professor's instructions to identify the trends in tourism applicable to travel and travel services. 2. Forms in teams. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Electronic board. • Projector. • Events area. 	4 hours

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Makes a search in various sources such as: magazines, databases, digital platforms, newspapers, or visits to places related to food and beverage tourism. 4. Prepares a role play about food and drink. 5. Orally presents his/her innovation proposal as a result of the exercise. 		
UNIT III				
4	Trends in events.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attends the professor's instructions to identify the trends in tourism applicable to travel and travel services. 2. Forms in teams. 3. Makes a search in various sources such as: magazines, databases, digital platforms, newspapers, or visits to places related to events. 4. Prepare a performance related to events. 5. He/she orally presents his/her innovation proposal as a result of the exercise. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Electronic board. • Projector. • Events area. 	4 hours
UNIT IV				
5	Digital trends.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attends the professor's instructions to identify the trends in tourism applicable to travel and travel services. 2. Form in teams. 3. Makes a search in various sources such as: magazines, databases, digital platforms, newspapers, or visits to places 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Electronic board. • Projector. • Audience 	8 hours

		<p>related to digital trends.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Prepare a disertacion related to digital trends. 5. Orally presents his/her innovation proposal as a result of the exercise. 		
6	Development of an innovation strategy based on an identified trend.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selects one of the trends. 2. Develops an innovation strategy. 3. Introduces to classmates and professor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Electronic board. • Projector. • Audience 	8 hours

VII. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework: The first day of class the teacher must establish the form of work, evaluation criteria, quality of academic work, rights and obligations for teacher and students.

Teaching strategies (professor):

- Presents information on the basics of international tourism trends
- Presents practical exercises related to the topics
- Provides information for workshop practices
- Solves and exemplifies with practical cases
- Directs, supervises and provides feedback on workshop practices
- Encourages the active participation of students
- Reviews and evaluate reports of practices and activities
- Designs and applies evaluations

Learning strategies (student):

- Inquires and analyzes information on basic concepts of international tourism trends
- Solves practical exercises provided by the teacher
- Does the workshop practices
- Actively participates in class
- Prepares and delivers internship reports
- Works individually and as a team
- Prepares and delivers activities and practices in a timely manner

VIII. EVALUATION CRITERIA

The evaluation will be carried out permanently during the development of the course as follows:

Accreditation criteria

To be entitled to ordinary and extraordinary exam, the student must meet the attendance percentages established in the current School Statute.

Scaled from 0 to 100, with a minimum approval of 60.

Assessment criteria

- 2 partial evaluations	25%
- Workshop practices... ..	25%
- Proposal in writing and dissertation in English (Final product).....	30%
- Tasks and research work	20%
Total.....	100%

IX. BIBLIOGRAPHY

Required	Suggested
<p>Artal-Tur, A., Kozak, M., Kozak, N. (Editors) (2019). <i>Trends in Tourist Behavior: New products and experiences from Europe</i>. (Tourism, Hospitality and Event Management). Switzerland: Springer.</p> <p>Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). <i>Marketing for hospitality and tourism</i>. Singapore: Pearson Education South Asia Pte.</p> <p>Texeira, S. and Matos, J. (2019). <i>Multilevel Approach to Competitiveness in the Global Tourism Industry</i>. England: Pearson.</p> <p>World Tourism Organization (2020). <i>Data, Intelligence and trends</i>. Available: https://www.unwto.org/es/archive/competitiveness-market-intelligence</p> <p>Walker, J. (2017). <i>Exploring the hospitality industry</i>. England: Pearson.</p>	<p>Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., Wang, Y. (2019). <i>Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences</i>. New York: Routledge.</p> <p>Kosak, N., Kozak, M. (2019) <i>Tourist Destination Management: Instruments, Products, and Case Studies</i> (Tourism, Hospitality & Event Management). Switzerland. Springer.</p> <p>Morrison, A. (2019). <i>Marketing and Managing Tourism Destinations</i>. Second Edition. U. S. A. Routledge.</p> <p>Ryan, C. (2020) <i>Advanced Introduction to Tourism Destination Management</i>. United Kingdom. Edward Elgar Publishing.</p>

X. TEACHER PROFILE

The professor who lectures the International Trends in Tourism learning unit must have a Bachelor's degree in Tourism or Tourism Management, preferably with postgraduate studies in a related area, with professional experience in tourism companies and preferably with teaching experience. With minimum B2 certification in English language. Be proactive, analytical and that encourages reflection in students.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Normatividad Turística
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 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
Adriana Guillermina Ríos Vázquez
Julio Cesar León Prieto
Teresita de Jesús Patrón Gutiérrez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de la unidad de aprendizaje de Normatividad Turística es el estudio de las disposiciones jurídicas turísticas relativas al sector público y a las empresas prestadoras de servicios turísticos. Este conocimiento jurídico permitirá al alumno la aplicación de la normatividad a los sectores gubernamental y productivo que ofrecen estos servicios y facilitará la orientación en la toma de decisiones para el cumplimiento de la ley, con una actitud asertiva y confiable. Se imparte en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio, no requiere unidad de aprendizaje previa, ni tiene seriación posterior y pertenece al área de conocimiento de Calidad.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar el marco jurídico normativo del sector turístico, a partir del estudio de las leyes, reglamentos, normas, derechos y obligaciones del sector, para comprenderlo, explicarlo y coadyuvar en la toma de decisiones de empresas prestadoras de servicios turísticos, con integridad y apego a la legalidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Solución de casos prácticos de verificación de cumplimiento de normatividad aplicable a empresas prestadoras de servicios turísticos establecidas o en proceso de apertura que permitan reflexionar para la toma de decisiones.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Generalidades del derecho

Competencia:

Distinguir los conceptos jurídicos básicos, a través del análisis de la normatividad, para comprender los efectos que producen los actos realizados por los entes públicos, económicos y sociales, de una manera crítica y objetiva.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 1.1. Conceptos y fuentes del derecho.
- 1.2. Fuentes de las obligaciones.
- 1.3. Clasificación de los contratos.
- 1.4. Derechos y obligaciones de los contratos.
- 1.5. Derechos humanos aplicables a entes económicos.

UNIDAD II. Disposiciones jurídicas en materia turística

Competencia:

Analizar los órganos del Estado y las organizaciones de la sociedad civil nacionales e internacionales que participan en las actividades turísticas, a través de la identificación de las normas jurídicas que los regulan, para promover el cumplimiento de sus deberes, en un marco de respeto y colaboración.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 2.1. Fuentes de derecho turístico.
- 2.2. División de poderes.
- 2.3. Facultades de los órganos del Estado.
- 2.4. Autoridades administrativas en materia turísticas y funciones.
- 2.5. Organismos no gubernamentales en materia turística.

UNIDAD III. Regulación migratoria y de inversión de extranjeros

Competencia:

Distinguir los efectos jurídicos que generan la nacionalidad y la ciudadanía mexicana, así como los extranjeros que realizan la actividad turística en territorio nacional, por medio del estudio del marco normativo correspondiente, para fomentar el respeto de los derechos y deberes, con un sentido tolerante y asertivo.

Contenido:**Duración:** 3 horas

- 3.1. La nacionalidad mexicana por nacimiento y por naturalización.
- 3.2. La ciudadanía mexicana, derechos y obligaciones.
- 3.3. Los extranjeros, derechos y obligaciones.
- 3.4. Condiciones de estancia de extranjeros en territorio nacional.
 - 3.4.1. Visitante, turista, residente temporal y residente permanente.
 - 3.4.2. Tipos de pasaporte y documento de identidad de viaje.
 - 3.4.3. Tipos de visas en México.
- 3.5. Representaciones diplomáticas y consulares, facultades en materia turística.
- 3.6. Derechos, obligaciones y restricciones a la inversión extranjera en turismo.

UNIDAD IV. Leyes, reglamentos y normas turísticas

Competencia:

Distinguir las normas jurídicas que regulan las actividades turísticas en el país, por medio del análisis de los respectivos ordenamientos legales, con la finalidad de orientar la toma de decisiones del sector público y de los empresarios turísticos, de una manera informada y objetiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1. Ley orgánica de la administración pública federal.
- 4.2. Ley General de Turismo y su Reglamento.
- 4.3. Ley Estatal de Turismo y su Reglamento.
- 4.4. Normas Turísticas Correlativas.
- 4.5. Responsabilidades y sanciones por incumplimiento.
 - 4.5.1. Ley Federal de Protección al Consumidor en lo relativo a servicios turísticos

UNIDAD V. Marco jurídico aplicable a prestadores de servicios turísticos

Competencia:

Aplicar las normas imperativo-atributivas que determinan la regulación de los prestadores de servicios turísticos, a partir del estudio del marco jurídico aplicable, para verificar su cumplimiento, con un sentido honesto y asertivo.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 5.1. Establecimientos de hospedaje y similares.
- 5.2. Tour operadores o mayoristas y agencias de viajes.
- 5.3. Operadores de servicio de transporte turístico.
- 5.4. Guías de turistas.
- 5.5. Operadoras turísticas de buceo y pesca deportiva.
- 5.5. Establecimientos de alimentos y bebidas.
- 5.6. Empresas de sistemas de intercambio (tiempo compartido).
- 5.7. Turismo alternativo y otras modalidades de turismo.

UNIDAD VI. Requisitos legales para la realización de eventos turísticos

Competencia:

Distinguir el marco jurídico aplicable en los tres niveles de gobierno que regulan los eventos turísticos, por medio de un minucioso estudio de las normas aplicables, para coadyuvar en la toma de decisiones de los empresarios turísticos apegados a la legalidad y de manera responsable.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 6.1. Normatividad federal y tratados internacionales.
- 6.2. Normatividad estatal.
- 6.3. Normatividad municipal.
- 6.4. Código ético mundial para el turismo.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	Condición de estancia legal de extranjeros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor y recibe la información para resolver un caso práctico. 2. Analiza el caso práctico. 3. Analiza y determina la normatividad aplicable. 4. Propone la solución al caso planteado mediante un documento escrito y lo entrega al profesor. 5. Participa en un foro de discusión para compartir observaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	6 horas
2	Derechos y obligaciones a inversionistas extranjeros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor y recibe la información para resolver un caso práctico. 2. Analiza el caso práctico. 3. Analiza y determina la normatividad aplicable. 4. Propone la solución al caso planteado mediante un documento escrito y lo entrega al profesor. 5. Participa en un foro de discusión para compartir observaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	6 horas

UNIDAD V				
3	Marco jurídico aplicable a prestadores de servicios turísticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica 2. Integra equipos de trabajo. 3. Recibe del profesor la asignación de un tipo de empresa turística abordada en la unidad. 4. Elabora un programa de capacitación para la apertura de la empresa. 5. Presenta en equipo el programa de capacitación realizando la simulación frente a sus compañeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	6 horas
UNIDAD VI				
4	Caso práctico integrador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Conserva los equipos y empresas integrados en la práctica anterior. 3. Lleva a cabo una auditoría administrativa para verificar el cumplimiento de la legislación turística de la empresa. 4. En la práctica considera la aplicación del "Código ético mundial para el turismo" por la OMT. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	14 horas

- | | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | 5. Elabora y presenta un informe final ante el grupo.
6. Participa en un foro de discusión para compartir observaciones. | | |
|--|--|---|--|--|

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
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos
- Foros

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.....	30%
- Actividades periódicas	30%
- Casos prácticos.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aurioles, M. A. (2005). <i>Introducción al derecho turístico</i>. Editorial Tecnos. ISBN: 9788430942909, España. [clásica].</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2015). <i>Ley General de Turismo</i>. Última reforma 17-12-2015. Recuperado de: http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2018/01/II.1.1-Ley-General-de-Turismo-ultima-reforma-2015.pdf</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2018). <i>Ley de Inversión Extranjera</i>. Última reforma 15-06-2018. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/44_150618.pdf</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2019). <i>Ley Federal de Protección al Consumidor</i>. Última reforma 12-04-2019. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113_261219.pdf</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2019). <i>Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor</i>. Última reforma 19/12/2019. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_L_FPC_191219.pdf</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2020). <i>Ley de Migración</i>. Última reforma 13-04-2020. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LMigra_130420.pdf</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2020). <i>Ley</i></p>	<p>García, E. (1938). <i>Introducción al Estudio del Derecho</i>. Porrúa</p> <p>Mendoza, L. (2012). <i>Introducción al Estudio del Derecho</i>. Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/sistemas/Introduccion_al_estudio_del_derecho.pdf</p> <p>Moto, E. (1978). <i>Elementos del Derecho</i>. (24ª ed.). Porrúa</p>

- Orgánica de la Administración Pública Federal*. Última reforma 22-01-20. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/153_220120.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021) *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_110321.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2015). *Reglamento de la Ley General de Turismo*. Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/pdf/0216/Reglamento_Ley_General_Turismo.pdf
- Congreso de la Unión (2019). *Ley Federal de Protección al Consumidor*. Última reforma 12/04/2019. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113_261219.pdf
- Congreso del Estado de Baja California (2015). *Ley del Estado de Baja California*. Última reforma 26-06-2015. Recuperado de: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Baja%20California/wo40502.pdf>
- Fernández, A. (2005). *Introducción al derecho en el sector turístico*. Editorial Thomson Paraninfo. [clásica].
- León, D. (2019). *Introducción al derecho turístico*. Editorial Trillas. ISBN: 9786071736567TC
- López, J. A. (2008). *Conceptos mercantiles y laborales del turismo*. Editorial Trillas. ISBN: 9789682483035. [clásica].
- López, J. A. (2008). *Fundamentos de Legislación Turística*. Editorial Trillas. ISBN-13: 978-9682483172. [clásica].
- López, J. A. (2008). *Los delitos en el turismo*. Editorial Trillas.

ISBN: 9789682483158. [clásica].

Organización de las Naciones Unidas (2018). *Promoción del turismo sostenible, incluido el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente*. Recuperado de:

<http://undocs.org/es/A/73/274>

Organización Mundial de Turismo (2020). *Convención marco sobre ética del turismo*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421695>

Organización Mundial del Turismo (2019). *Compilación de declaración de la OMT, 1980-2018*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419326>

Organización Mundial del Turismo. (2001). *Código ético mundial para el turismo*. Recuperado de <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico OECD (2018). *Better policies for better lives*. Recuperado de: <https://www.oecd-ilibrary.org/>

Secretaría de Gobernación. (1982). *Reglamento de las agencias de viajes, subagencias y operadores de viajes*. Diario Oficial de la Federación (1982). Diario Oficial de la Federación. Recuperado de: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4732555&fecha=11/05/1982

Secretaría de Turismo. (2002). *Norma Oficial Mexicana NOM-07-TUR-2002, De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios*. Recuperado de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/12889/NOM-07-TUR-2002.pdf>

Secretaría de Gobernación. (2002). *Norma Oficial Mexicana NOM-010-TUR-2001, De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios-turistas. (Cancela la Norma Oficial Mexicana NOM-010-TUR-1999)*. Recuperado de:
http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=736989&fecha=02/01/2002

Secretaría de Gobernación. (2002). *Norma Oficial Mexicana NOM-011-TUR-2001, Diario Oficial de la Federación (2002). Requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de Turismo de Aventura*. Recuperado de:
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/12895/NOM-011-TUR-2001.pdf>

Secretaría de Turismo. (2003). *Norma Oficial Mexicana NOM-08-TUR-2002, Que establece los elementos a que deben sujetarse los guías generales y especializados en temas o específicas de carácter cultural*. Recuperado de:
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/12891/NOM-08-TUR-2002.pdf>

Secretaría de Gobernación. (2004). *Reglamento de Turismo Náutico*. Recuperado de:
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=664983&fecha=01/10/2004

Secretaría de Turismo. (2018). *Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-2017, Requisitos mínimos de operación, información, higiene, seguridad, instalaciones y equipamiento que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos*. Recuperado de
http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5521046&fecha=27/04/2018

Gobernador de Baja California (1996). *Reglamento de la Ley Estatal de Turismo de Baja California*. Recuperado de http://dceg.bajacalifornia.gob.mx/uct/transparenciabc/portal/biblioteca/023_reglamentos/1SECTURE/reglamento_de_la_ley_de_turismo_del_estado.pdf

Secretaría de Turismo. (2014). *Tratados internacionales en materia de turismo*. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/conoce-la-sectur/marco-juridico-y-normativo/tratados/>

World Tourism Organization (2016). *Accessible Tourism for all: An Opportunity within our reach UNWT*. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284417919>

World Travel & Tourism Council. (2020). *Leading Global Protocols for the new normal. World Travel & Tourism Council*. Recuperado de <https://wtcc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta unidad de aprendizaje debe contar con título de Licenciado en Derecho, de preferencia con posgrado en área turística, o en su caso experiencia profesional de al menos tres años en empresas turísticas o afines. o, Lic. en Turismo o Gestión Turística (o carrera similar que ostente otro nombre relacionado al turismo), de preferencia con posgrado en área jurídica o en su caso experiencia profesional de al menos tres años de experiencia en el área turística. Preferentemente con experiencia docente. Dinámico, proactivo y con compromiso social.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Operación de Servicios de Hospedaje.
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 00 HL: 01 HPC: 02 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 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
Enrique Borja Báez
Abel Martínez Camacho

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es que el estudiante conozca la reglamentación y la operación de los servicios de hospedaje, desde los antecedentes de la hotelería, tipos de hospedaje y estructura organizacional, enfocándose en el departamento de división cuartos. La utilidad de esta radica en que le permite al estudiante identificar la operación de los establecimientos de hospedaje, mostrando habilidad y facilidad en la comunicación oral y escrita en español e inglés, el manejo de sistemas operativos de empresas de hospedaje (software y tecnología) y creando sinergia entre equipos de trabajo.

Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio, pertenece al área de conocimiento gestión turística de la licenciatura en Gestión Turística y no tiene como requisito una unidad de aprendizaje previa para cursarla.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar el panorama de la industria del hospedaje, a través del estudio de su estructura normativa y organizacional con énfasis en el departamento operativo principal División Cuartos, para diferenciar al establecimiento brindando un servicio innovador de calidad con trabajo en equipo, empatía y proactividad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realiza una investigación analítica acerca de la estructura organizacional de un hotel de 4 estrellas (o mayor jerarquía) y describe las función de cada departamento con su respectiva descripción de puesto haciendo énfasis en el uso de las nuevas tecnologías.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Antecedentes y conceptualización de las empresas de hospedaje

Competencia:

Analizar los antecedentes y conceptualización de las empresas de hospedaje, a través de su historia y los grandes establecimientos que siguen vigentes, con el propósito de conocer su evolución, objetivos y funciones, con actitud reflexiva y de servicio.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Antecedentes y sus grandes pioneros.
 - 1.1.1. Europa.
 - 1.1.2. Estados Unidos de América.
 - 1.1.3. México.
 - 1.1.4. Baja California.
- 1.2. Conceptualización de hospedaje turístico.
 - 1.2.1. La hospitalidad como característica.
- 1.3. Tipos de establecimientos de hospedaje.

UNIDAD II. Estructura organizacional y clasificación

Competencia:

Examinar la estructura organizacional y clasificación de hospedaje, a partir del organigrama completo de un hotel de 4 estrellas o más, tipos de operación hotelera, clasificación y grupos hoteleros internacionales, nacionales y locales, para operar de manera eficiente las organizaciones hoteleras, con calidad y visión del entorno global.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Organigrama completo de un hotel de 4 estrellas ó superior.
 - 2.1.1. Tipos, jerarquías y funciones.
- 2.2. Tipos de operación hotelera.
 - 2.2.1. Independiente.
 - 2.2.2. Administración.
 - 2.3.4. Franquicia.
 - 2.3.5. Fibra.
 - 2.3.6. Tiempo compartido.
- 2.3. Clasificación.
 - 2.3.1. Estrellas por SECTUR.
 - 2.3.2. Diamantes por AAA.
- 2.4. Grupos Hoteleros internacionales, nacionales y locales.
 - 2.4.1. Sus cadenas hoteleras (portafolio).

UNIDAD III. Normatividad

Competencia:

Analizar la normatividad del servicio de hospedaje, por medio de las diversas normas aplicables a dichos establecimientos, con la finalidad de aplicarlas en la operación, con actitud responsable y ética profesional.

Contenido:**Duración:** 4 horas

3.1. Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.

3.2. Reglamento de establecimientos de hospedaje, campamentos y paradores de casas rodantes.

3.3. Norma Oficial Mexicana NOM-07-TUR-2002. Elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios.

3.4. Norma Oficial Mexicana NOM-029-SCFI-2010. Prácticas comerciales-Requisitos informativos para la prestación del servicio de tiempo compartido.

UNIDAD IV. Operación hotelera y funciones del departamento de División Cuartos

Competencia:

Distinguir cada uno de los departamentos del área de división cuartos, por medio del organigrama, sus funciones, políticas, procedimientos y reportes que genera, con el propósito de gestionar eficientemente recursos y brindar servicio de calidad, con creatividad, habilidad para la solución de problemas y trabajo en equipo.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 4.1. Departamento de Reservas.
 - 4.1.1. Organigrama del departamento.
 - 4.1.2. Funciones y políticas del departamento de reservas.
 - 4.1.3. Tipos de reservas.
 - 4.1.3.1. Comisiones.
 - 4.1.4. Administración de tarifas.
 - 4.1.4.1. Tipos de tarifas: Efectiva y promedio.
 - 4.1.5. Canales de reservas e Intermediarios de reservas.
 - 4.1.5.1. Tradicionales.
 - 4.1.5.2. Digitales.
 - 4.1.6. Ocupación diaria del Hotel.
 - 4.1.7. Sobreventa.
 - 4.1.8. Pronóstico de reservas o *Forecast*.
 - 4.1.9. Reportes del área de reservas.
 - 4.1.10. Indicadores.
 - 4.1.11. Coordinación con otros departamentos.
 - 4.1.12. Utilización de una plataforma *Property Management System (software)*.
- 4.2. Departamento de Recepción
 - 4.2.1. Organigrama del departamento.
 - 4.2.2. Funciones y políticas de operación del departamento.
 - 4.2.3. Descripción de Puestos.
 - 4.2.4. Planes de alojamiento.
 - 4.2.5. Tarifas.
 - 4.2.6. Procedimientos de registro, control y salida de huésped.
 - 4.2.7. Procedimientos de caja.
 - 4.2.8. Reportes del área de Recepción y Caja.

- 4.2.9. Indicadores.
- 4.2.10. Coordinación con otros departamentos.
- 4.2.11. Utilización de una plataforma *Property Management System (software)*.
- 4.3. Departamento de Ama de Llaves y Lavandería
 - 4.3.1 Organigrama del departamento.
 - 4.3.2. Funciones y políticas de operación del departamento.
 - 4.3.3. Descripción de puestos.
 - 4.3.4. Importancia del departamento de Ama de Llaves para el Hotel y para el Huésped.
 - 4.3.5. Procedimientos de Ama de LLaves y Caja.
 - 4.3.5. Reportes de Ama de Llaves y Lavandería.
 - 4.3.7. Indicadores.
 - 4.3.6. Coordinación con otros departamentos.
 - 4.3.7. Utilización de una plataforma *Property Management System (software)*.

UNIDAD V. Comercio electrónico (e-commerce)

Competencia:

Analizar el comercio electrónico como instrumento de distribución del producto hotelero para posicionar e incrementar ventas tomando en cuenta los indicadores del sector y mejorar la experiencia de los consumidores agregando valor con responsabilidad, pensamiento crítico y asertividad.

Contenido:

Duración: 4 horas

5.1. E-commerce

5.1.1. Channel manager (Gestor de canales).

5.1.2. Funciones.

5.1.2.1. Distribución de inventarios.

5.1.2.2. Tarifas en OTAs.

5.1.2.3. KPIs.

5.1.3. Estrategia de canales múltiples de reservaciones online.

5.1.3.1. Directa: Página web, central de reservaciones, redes sociales

5.1.3.2. Indirectas: Agencias de Viajes Online (OTAs).

5.1.3.2.1. Reportes generados por OTAs.

5.1.3.2.2. Comportamiento del consumidor.

5.1.4. Utilización de una plataforma *Property Management System (software)*.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE LABORATORIO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD IV				
1	Reservación de habitaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Toma el lugar de un cliente para familiarizarse con los diferentes canales que se utilizan para hacer reservaciones. 2. Elige un canal tradicional o directo para realizar una reservación. 3. Realiza la reservación. 4. Elige un canal indirecto para realizar una reservación. 5. Realiza la reservación. 6. Elabora y entrega el reporte de práctica al profesor para su retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Teléfono 	1 horas
2	Reservaciones utilizando software de un PMS (<i>Property Management System</i>).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza un plan de viaje con Toma el lugar de un agente de reservaciones de un hotel. 2. Utiliza la función de reservaciones en PMS y genera reservaciones, cancelaciones, bloqueo de habitaciones, etc. 3. Genera un reporte de reservaciones e identifica sus componentes para la toma de decisiones. 4. Elabora y entrega el reporte de práctica al profesor para su retroalimentación. 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Computadora. 6. Internet. 7. Teléfono. 8. Simulador hotelero. 	3 horas
3	Recepción utilizando software de un PMS (<i>Property Management System</i>).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Práctica de familiarización con el simulador, verifica el reporte del estado de las habitaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. 	4 horas

		<p>(limpias, vacantes, sucias, fuera de servicio, etc.).</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Asigna habitaciones. 3. Verifica cambio de estatus de reporte en PMS. 4. Elabora y entrega el reporte de práctica al profesor para su retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono. • Simulador hotelero. 	
4	Ama de Llaves utilizando software de un PMS (<i>Property Management System</i>).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Practica la familiarización con el simulador, verifica el reporte del estado de las habitaciones (limpias, vacantes, sucias, fuera de servicio, etc.). 2. Cambia habitaciones de estatus. 3. Verifica cambio de estatus de reporte en PMS. 4. Elabora y entrega el reporte de práctica al profesor para su retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Teléfono. • Simulador hotelero. 	3 horas
UNIDAD V				
5	E-commerce utilizando software de un PMS (<i>Property Management System</i>).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio de un caso práctico sobre la comercialización indirecta de habitaciones en internet. 2. Elige canales indirectos (OTAs). 3. Distribuye inventario de habitaciones y tarifas en las OTAs seleccionadas. 4. Simula cierre y apertura de OTAs. 5. Elabora un reporte con resultados. 6. Entrega el reporte de práctica al profesor para su retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Teléfono. • Simulador hotelero. 	2 horas

6	Property Management System	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza estudio de un caso práctico integrador con uso del simulador. 2. Interviene en los departamentos de División Cuartos. 3. Incluye los KPIs 4. Elabora un reporte con resultados. 5. Entrega el reporte de práctica al profesor para su retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Teléfono. • Simulador hotelero 	3 horas
---	----------------------------	---	--	---------

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD IV				
1	Job Shadowing en un hotel: Observación de la operación de las funciones del Depto. de Reservas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita. 2. Se elige un hotel. 3. Se solicita autorización para observar la jornada de un Agente de Reservas. 4. Se solicita oficio de visita a empresa a la Secretaria de la Subdirección. 5. El Oficio es aprobado por la Subdirección. 6. El día de la visita, el alumno acude con vestimenta formal casual. 7. Los alumnos y profesor se desplazan por su cuenta hacia el hotel elegido. 8. Llegan 10 minutos antes del inicio de la visita. 9. Siguen los protocolos del hotel y de la Universidad. 10. Durante la estancia el alumno observa los detalles de operación del Agente de Reservas y su interacción con otros departamentos, toma notas y fotos (previa autorización), así mismo hace preguntas. 11. Se solicita a la empresa que reciba oficio y firme y selle copia 	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes (bitácora). • Pluma. • Cámara (celular) 	8 horas

		<p>12. Los alumnos agradecen la atención recibida.</p> <p>13. Se regresa a las instalaciones de la Facultad para continuar con otras clases (en caso de lunes a viernes).</p> <p>14. Se entrega copia del oficio a la secretaria de la Subdirección.</p> <p>15. Los alumnos entregan reporte al profesor para su revisión y retroalimentación.</p>		
2	Job Shadowing en un hotel: Observación de la operación de las funciones del Depto. de Recepción y Caja.	<p>1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita.</p> <p>2. Se elige un hotel.</p> <p>3. Se solicita autorización para observar la jornada de un Agente de Recepción y Caja.</p> <p>4. Sigue el resto de las instrucciones de la práctica #1.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes (bitácora). • Pluma. • Cámara (celular) 	8 horas
3	Job Shadowing en un hotel: Observación de la operación de las funciones del Depto. de Ama de Llaves.	<p>1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita.</p> <p>2. Se elige un hotel.</p> <p>3. Se solicita autorización para observar la jornada de las camaristas, lavandería y Jefe de Ama de Llaves.</p> <p>4. Sigue el resto de las instrucciones de la práctica #1.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes (bitácora). • Pluma. • Cámara (celular) 	8 horas
UNIDAD V				
4	Job Shadowing en un hotel: Observación de la guardia del Gerente en turno.	<p>1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita.</p> <p>2. Se elige un hotel.</p> <p>3. Se solicita autorización para</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes (bitácora). • Pluma. • Cámara (celular) 	8 horas

		observar la jornada de guardia del gerente en turno. 4. Sigue el resto de las instrucciones de la práctica #1.		
--	--	---	--	--

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
- Taller
- TICs
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Taller
- TICs
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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%
- Participación.....	10%
- Exposición.....	10%
- Prácticas de laboratorio.....	20%
- Prácticas de campo.....	20%
- Trabajo de investigación final	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Baez, S. (2009). <i>Hotelería</i>. Editorial Patria. [Clásica].</p> <p>Cordiner, A., Cordiner, L. & Boiell, Che. (s.f). <i>Online marketing guide for accommodation providers - ebook</i>. http://www.pacifictradeinvest.org.cn/media/1362/ebook-online-marketing-guide-for-accommodation-providers-from-pti.pdf</p> <p>Gray, W. & C. Liguori, S. (2012). <i>Hoteles y Moteles: Administración y Funcionamiento</i>. Trillas [Clásica].</p> <p>Pérez, H. (2015). <i>Historia de hotelería y turismo en México</i>. Universidad de Guadalajara. http://www.cuc.udg.mx/es/historia-de-hoteleria-y-turismo-en-mexico</p> <p>Diario Oficial de la Federación. (1984). <i>Reglamento de establecimientos de hospedaje, campamentos y paradores de casas rodantes</i>. http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4684225&fecha=20/08/1984</p> <p>He, S. & Svetec, J. (2020). <i>Airbnb For Dummies</i>. Willey.</p> <p>Kanani R.B. (2017). <i>A Wealth of Insight: The World's best luxury hoteliers on leadership, management, and the future of 5-Star Hospitality</i>. Black Truffle press.</p> <p>Kumar, Ch. (2016). <i>Front Office Operation: A Training Manual for Hospitality Professionals</i>. USA: Create Space Publishing.</p> <p>Manoj, K. (2019). <i>A Professional Guide to Room Division Operations</i>. IK International publishing House Pvt. Ltd.</p>	<p>Becker E. (2013). <i>Overbooked: The exploding business of travel and tourism</i>. Copyrighted material. Simon & Schuster paperbacks. [Clásica].</p> <p>Dale Van, A. (2019). <i>Bill Marriott: Success is never final, His life and the decisions that built a hotel empire</i>.</p> <p>Guevara, A. (2014). <i>Principios De Administración Hotelera</i>. Trillas [Clásica].</p> <p>Kinni T. (2019). <i>Disney y el arte del servicio al cliente</i>. Panorama.</p> <p>Muro, L.D. (2013). <i>Manual Práctico de Recepción Hotelera</i>. Trillas [Clásica].</p> <p>Organización Mundial del Turismo. (2015). <i>Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones</i>. OMT.</p> <p>Tanji, H. (2013). <i>Hotel Front Office Training Manual with 231 SOP : Professional Front Office Management Guide for Hoteliers and Hospitality Students</i>. [Clásica]. https://www.hospitality-school.com/free-hotel-management-training-blog/</p>

McGuire, K.A. & Ho, J. (2015). *Hotel Pricing in a Social World: Driving Value in the Digital Economy*. Willey.

NORMA Oficial Mexicana NOM-07-TUR-2002, Diario Oficial de la Federación. (2002). De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios. *Diario Oficial de la Federación*. Distrito Federal, México. 4 de diciembre de 2002. http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=705277&fecha=26/02/2003

NORMA Oficial Mexicana NOM-029-SCFI-2010, Diario Oficial de la Federación. (2010). *Prácticas comerciales-Requisitos informativos para la prestación del servicio de tiempo compartido*. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5142965&fecha=17/05/2010

Raghubalan, G. & Raghubalan, S. (2016). *Hotel Housekeeping: Operations and Management*. (3 ed.). OUP India.

Solomon, M.(2016). *The Heart of Hospitality: Great Hotel and Restaurant Leaders Share Their Secrets*. Select Books Inc.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Operación de Servicios de Hospedaje deberá contar con título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística o Licenciado en Hotelería o área afín. Con experiencia profesional en la operación y tecnologías aplicables a la hotelería. Preferentemente con posgrado en área afín y experiencia docente. Ser proactivo, analítico, fomentar el trabajo en equipo y espíritu de servicio.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Elizabeth Pérez Morales
Ricardo Verján Quiñones.
Rosa Guadalupe Quintana Ruiz.

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico tiene la finalidad que el alumno defina perfiles de consumidores y profundice en el conocimiento de los diferentes segmentos turísticos para generar satisfactores para los mismos. Medir el potencial para generar pronósticos de venta y la creación de valor para los diversos grupos de consumidores. Esta asignatura forma parte de la etapa disciplinaria y es de carácter obligatoria y corresponde al área de conocimiento: Mercadotecnia.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Definir perfiles de consumidores en mercados turísticos, estimaciones de demanda y generación de pronósticos de ventas, a través de segmentación de mercados y medición de potencial; para la implementación de estrategias de mercadotecnia y generación de pronósticos de venta con responsabilidad, creatividad y respeto a la diversidad cultural.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Generar una presentación ejecutiva que incluya: a) descripción del producto o servicio, b) segmentación, creación y medición de perfil(s), c) pronósticos de ventas (tamaño del mercado) y d) plan de ventas según el perfil.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Segmentación de mercados turísticos y estrategias

Competencia:

Comprender la importancia de la segmentación de mercados turísticos mediante el análisis de características comunes entre los grupos de consumidores para la definición de estrategias de mercado adecuadas con ética profesional y respeto por la diversidad.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 1.1. Definición de segmento.
- 1.2. Usos de la segmentación.
- 1.3. Tipos de segmentos.
- 1.4. Segmentación en mercados emisores de turismo.

UNIDAD II. Medición de potencial de mercado

Competencia:

Identificar el potencial de mercado, a través del análisis y manejo de fuentes de datos secundarios; para proponer estrategias de mercadotecnia acordes al segmento con objetividad y responsabilidad en el manejo de datos.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. Manejo de fuentes de datos secundarios para ubicación de segmentos de mercado.
- 2.2. Identificación de mercados potenciales.
- 2.3. Características de los mercados potenciales.
- 2.4. Calcular el tamaño del mercado.

UNIDAD III. Introducción a las ventas

Competencia:

Organizar un proceso de ventas, a través del análisis de sus etapas para su adecuación al segmento seleccionado y lograr la venta de manera efectiva con respeto a las diversas posturas de compra.

Contenido:

- 3.1. Ventas y tipos de ventas
- 3.2. Proceso de ventas
- 3.3. Ventas según el segmento de mercado

Duración: 2 horas

UNIDAD IV. Estrategias de ventas

Competencia:

Elaborar un plan de ventas acorde a la organización, mediante el análisis de los entornos y potenciales de mercado, para definir estrategias que lleven al logro de los objetivos empresariales con responsabilidad, creatividad y respeto a la diversidad cultural.

Contenido:

Duración: 8 horas

4.1. Plan de ventas

- 4.1.1. Análisis interno y externo.
- 4.1.2. Análisis del producto-mercado-cliente.
- 4.1.3. Definir la estrategia de segmentación y ventas.
- 4.1.4. Definir los objetivos comerciales.
- 4.1.5. Elaborar un presupuesto de ventas.
- 4.1.6. Alinear los objetivos al sistema de comisiones.
- 4.1.7. Elementos de seguimiento y control (calendario y agenda de negocios).

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Tipos de segmentación	<ol style="list-style-type: none"> Describe un producto o servicio. Determina las bases de segmentación. Crea los perfiles. 	<ul style="list-style-type: none"> Cuaderno. Laboratorio de cómputo. 	6 horas
2	Segmentación de mercados turísticos	<ol style="list-style-type: none"> Describe un producto turístico. Determina las bases de segmentación. Crea los perfiles. 	<ul style="list-style-type: none"> Cuaderno. Laboratorio de cómputo. 	6 horas
UNIDAD II				
3	Manejo de bases de datos secundarios	<ol style="list-style-type: none"> Identifica las fuentes de datos secundarios. Identifica los parámetros de medición. Navega en la base de datos. Selecciona los datos relevantes. Determina el potencial de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorio de cómputo. 	8 horas
4	Cálculo de tamaño del mercado	<ol style="list-style-type: none"> Identifica el potencial de mercado. Calcula el tamaño del mercado. Pronostica la venta. 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorio de cómputo 	6 horas
UNIDAD III				
5	Dramatización de un proceso de venta	<ol style="list-style-type: none"> Elabora un guión de ventas para diversas circunstancias. (con manejo de objeciones, productos con hostilidad, incredulidad, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Cuaderno. Área libre. Cámara o teléfono inteligente. Cañón proyector y pantalla. 	8 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Selecciona roles (comprador-vendedor) 3. Graba el proceso al ejecutar el guión. (Dramatización) 4. Retroalimentación y corrección. 		
6	Ventas según el mercado turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elabora un guión de ventas para diversas circunstancias. (con manejo de objeciones, productos con hostilidad, incredulidad, etc.) 2. Selecciona roles (comprador-vendedor) 3. Graba el proceso al ejecutar el guión. (Dramatización) 4. Retroalimentación y corrección. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuaderno. ● Área abierta. ● Aula de clases. 	6 horas
UNIDAD IV				
7	Plan de ventas (caso práctico).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elabora un plan de ventas para una empresa turística pública. 2. Análisis interno y externo(diagnóstico). 3. Análisis del producto-mercado-cliente. 4. Definir la estrategia de segmentación y ventas. 5. Definir los objetivos comerciales. 6. Elaborar un presupuesto de ventas. 7. Alinear los objetivos al sistema de comisiones. 8. Elementos de seguimiento y control (calendario y agenda de negocios). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aula escolar. ● Equipo de cómputo. 	8 horas

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
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Dramatizaciones
- Resúmenes
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Organizador gráfico (mapas mentales, infografías, cuadros sinópticos, etc.)
- Trabaja de manera individual, en equipo y grupal
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

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

- 3 evaluaciones parciales (unidades de la 1 a 3)..... 30%
- Prácticas en talleres..... 40%
- Presentación ejecutiva del plan de venta..... 30%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Dolnicar, S., Grun, B. y Leisch, F. (2018). <i>Market Segmentation Analysis</i>. Singapore: Springer Open Editorial.</p> <p>Hartley, Robert F. (2002). <i>Administración de Ventas</i>. (7ma. ed.). México: Editorial C.E.C.S.A [clásica].</p> <p>Kotler, P. (2018). <i>Marketing Management</i>. (15 ed.). U.S.A.: Pearson.</p> <p>Kotler, P. y Armstrong, P. (2008). <i>Marketing. Edición adaptada a Latinoamérica</i>. (8ª ed.). México: Prentice Hall. [clásica]</p>	<p>Gallardo, G. (2017). <i>Segmentación del mercado de negocios. Una Metodología práctica para segmentar el mercado de negocios</i>. España: Editorial Académica Española.</p> <p>Kolb, B. M. (2017). <i>Tourism marketing for cities and towns: Using social media and branding to attract tourists</i>. London: Routledge, Taylor & Francis Group.</p> <p>Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). <i>Marketing for hospitality and tourism</i>. Singapore: Pearson Education South Asia Pte.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Segmentación y Estrategias de Ventas para el Mercado Turístico debe contar con título de Licenciatura en Mercadotecnia, Gestión Turística, Administración de Empresas o área afín, preferentemente con estudios de posgrado y con dos años de experiencia laboral en gerencia y ejecutivo de ventas, así como docencia

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Servicios de Viaje e Intermediación Turística
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 00 HL: 01 HPC: 02 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 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
Ricardo Verján Quiñones
Miguel Ángel Romo Ramírez
Valderes Espinosa Castañeda
Lizeth Solorzano Dagnino

Fecha: 12 de marzo de 2021

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje proporciona la estructura y operación de las organizaciones relacionadas con los servicios de viaje e intermediación turística que busca la integración de la cadena de valor, lo que permite fortalecer el uso de plataformas digitales, software y herramientas especializadas, que permitan adaptarse a las tendencias globales.

Se ubica en la etapa disciplinaria es de carácter obligatoria, y forma parte del área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los servicios de viajes y la intermediación turística, mediante la identificación de la estructura, operación, y uso de herramientas especializadas, para generar estrategias de negocio y así lograr la integración óptima en la cadena de valor turística, con actitud responsable, profesional y colaborativa.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora propuesta de integración de servicios de viaje, que integra la estructura, operación y las herramientas especializadas para su desarrollo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Generalidades de empresas de servicios de viaje

Competencia:

Analizar las generalidades de empresas de servicios de viaje, mediante la revisión de sus antecedentes, funciones y operación, para familiarizarse con el ámbito de los servicios turísticos, con actitud propositiva, proactivo y metódica.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Los viajes y sus antecedentes
- 1.2. Conceptos base del servicio de viajes
- 1.3. Funciones de la empresa de servicios de viaje
- 1.4. Agente de viajes: qué es, qué debe hacer, qué debe saber
- 1.5. Código Ético Mundial para el Turismo
 - 1.5.1. Antecedentes del Código Ético Mundial para Turismo
 - 1.5.2. Código Ético para el Turismo y el agente de viajes
 - 1.5.3. Artículos del Código Ético Mundial para el Turismo
 - 1.5.4 (Responsabilidad) Aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo en agencias de viajes
- 1.6. Operación y uso de servicio: preventa, venta y reservación
- 1.7. Qué servicios y funciones ofrecen las agencias de viajes
 - 1.7.1 venta y reservación de vuelos, hoteles, renta de autos, tours nacionales e internacionales
- 1.8. Promoción y venta de servicios (manejo de redes sociales, medios impresos,)
- 1.9. Persuasión y venta
- 1.10. Técnicas de resolución de problemas en servicio de viaje
- 1.11. Manejo de documentos y reportes: ventas, reservas, reporte de reservación y venta

UNIDAD II. Empresas de transporte turístico

Competencia:

Distinguir los medios de transporte turístico, mediante la revisión de antecedentes y su clasificación de acuerdo a la tipología, para identificar sus ventajas y promoverlos de acuerdo a la actividad turística requerida por el cliente, con actitud colaborativa y de servicio.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 2.1. Importancia del transporte en el turismo
 - 2.1.1. Antecedentes
 - 2.1.2. Medios de transporte
- 2.2. Transporte aéreo
 - 2.2.1. Antecedentes
 - 2.2.2. Alfabeto fonético aeronáutico
 - 2.2.3. Códigos de aeropuertos y ciudades
 - 2.2.4. Estructura de una aeronave
- 2.3. Vuelos regulares
 - 2.3.1. Composición de las tarifas aéreas
 - 2.3.2. Condiciones de transporte aéreo
 - 2.3.3. Términos aéreo
 - 2.3.4. Requisitos para que un extranjero viaje al país (México)
- 2.4. Vuelos charters
- 2.5. Regulación IATA
- 2.6. Realizar reservaciones en páginas de internet de aerolíneas
 - 2.6.1. Manejo de documentos y reportes: ventas, reservas, reporte de reservación y venta
- 2.7. Transporte Terrestre
 - 2.7.1. Transporte regular (autobuses con destino e itinerario programado)
 - 2.7.2. Transporte discrecional turístico (autobús, autocar, camionetas, vans, suburban, limusinas, otros)
 - 2.7.3. Automóvil de renta
- 2.8. Transporte Ferrocarril de pasajeros
 - 2.8.1. En México
 - 2.8.2. Chepe - Chihuahua - Pacifico
 - 2.8.3. Trenes en el mundo
- 2.9. Transporte marítimo
 - 2.9.1. Cruceros
 - 2.9.2. Transbordadores
 - 2.9.3. Ferris
 - 2.9.4. Yates
 - 2.9.5. Barcos (tours locales)

UNIDAD III. Herramientas digitales de comercialización

Competencia:

Distinguir las herramientas digitales de comercialización, mediante la clasificación de su alcance y funcionalidad, para seleccionar e implementar las adecuadas en la gestión de viajes, con veracidad y honestidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

3.1. Clasificaciones de agencias de viajes:

3.1.1. Minorista: Offline y online (OTA's)

3.1.1.1. Emisoras, receptoras y mixtas

3.1.1.2. Comercio electrónico tradicional y digital (OTA)

3.1.1.3. Uso de software de las OTA's

3.2. Acreditaciones

3.2.1. IATA, RNT (federal y estatal), AMAV

3.3. GDS (Global Distribution Systems – Sistemas Globales de distribución Alojamiento, Líneas Aéreas, Renta de Autos, Eventos y Convenciones, Tours en los Destinos

3.3.1. Sabre

3.3.2. Amadeus

3.3.3. Travelport

UNIDAD IV. Intermediarios turísticos

Competencia:

Distinguir a los intermediadores turísticos tradicionales digitales y de tendencia, por sus productos y servicios e integrarlos, para maximizar los beneficios de la empresa y satisfacer la demanda actual y emergente, con creatividad y ética profesional.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Diferencia entre Turoperador y Agencia de viajes
- 4.2. Turoperadores o mayoristas (qué le toca hacer, qué ofrece)
 - 4.2.1. Agencias turoperadoras en México e internacionales
 - 4.2.2. Uso de plataformas de turoperador
- 4.3. Manejo de las funciones de los turoperadores
 - 4.3.1. Relación agente-operador
 - 4.3.2. Reservación, compra, venta de un tour, visas, grupal, envío de documentos
- 4.4. Permisos y requisitos básicos para la operación de una agencia de viajes
 - 4.4.1. Principales características operacionales
- 4.5. Definición del campo de negocios de la agencia; Programación y desarrollo de la línea de productos
- 4.6. Elaboración de paquetes turísticos
 - 4.6.1. Pronosticar la oferta y demanda
- 4.7. Introducción al manejo de grupos
 - 4.7.1. Programa para manejo de grupos
- 4.8. Clasificación y operatividad de empresas intermediarias
- 4.9. Empresas turísticas de entretenimiento
 - 4.9.1. Objetivo de las empresas de entretenimiento

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE LABORATORIO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Reservación de vuelos, hoteles, renta de autos, tours nacionales e internacionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica las principales aerolíneas nacionales e internacionales. 2. Realiza reservaciones en línea como, boletos de avión, reserva de hoteles etc. 3. Realiza simulación de asesor de servicio de viaje. 4. Entrega reporte de práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet. • Computadora. 	2 horas
2	Técnicas de resolución de problemas en servicio de viaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza y resuelve problemas de un servicio de viaje. 2. Identifica los tipos de problemas. 3. Reconoce el procedimiento de solución ante los diferentes tipos de problema. 4. Elabora un reporte de la práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	2 horas
3	Documentación técnica de servicios de viaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica las características del viaje. 2. Realiza cotizaciones. 3. Realiza oferta del paquete turístico. 4. Organiza la documentación técnica del servicio. 5. Elabora un reporte de la práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	2 horas
UNIDAD II				
4	Condiciones y términos del transporte turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica las características de los transportes. 2. Selecciona el transporte para 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	2 horas

		<p>su paquete turístico.</p> <ol style="list-style-type: none"> Reconoce las condiciones del transporte para dar información al cliente. Elabora un manual de condiciones generales. Elabora un reporte de la práctica. 		
UNIDAD III				
5	Comercio electrónico tradicional y digital (OTA)	<ol style="list-style-type: none"> Clasifica agencias minoristas, emisoras y OTA'S. Diferencia reservas y ventas tradicionales y digitales. Realiza una reserva en una OTA'S Presenta resultados al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Internet 	2 horas
6	Sistemas Globales de distribución	<ol style="list-style-type: none"> Conoce el sistema SABRE como principal globalizador para agencias de viajes. Maneja el sistema SABRE Realiza reservaciones de vuelos con aerolíneas y hoteles en el sistema SABRE. Localiza reservas en sistema. Hace cancelaciones de reservas en sistema Conoce el sistema AMADEUS como globalizador Diferencia entre SABRE Y AMADEUS Elabora una representación gráfica. 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Internet Sabre travel solutions Amadeus 	2 horas
7	Acreditaciones	<ol style="list-style-type: none"> Reconoce las instituciones que acrediten. Identifica las funciones que realizan estas instituciones a las agencias de viajes. 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Internet 	1 hora

		3. Elabora un reporte.		
8	Permisos y requisitos básicos para la operación de una agencia de viajes.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza búsqueda de información necesaria para la operación de una agencia de viajes 2. Muestra cómo crear una agencia de viajes con la documentación necesaria. 3. Elabora un protocolo de apertura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	2 horas
UNIDAD IV				
9	Elaboración de paquetes turísticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica los servicios requeridos para integrar un paquete turístico. 2. Cotiza cada uno de los elementos. 3. Realiza presupuesto considerando el margen de utilidad. 4. Ensambla los diferentes servicios que lo integran. 5. Establece el mercado al que va dirigido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	1 hora

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
1	Familiarización turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selecciona destinos. 2. Cotiza servicios de viaje. 3. Identifica atractivos principales en los destinos seleccionados. 4. Genera el itinerario. 5. Gestiona las reservaciones necesarias. 6. Confirma itinerario vs reservaciones. 7. Realiza el recorrido diseñado que incluye pernocta. 8. Elabora reporte de viaje y experiencia turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Transporte. • Hospedaje. 	32 horas

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
- Supervisión de prácticas

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Visitas a campo
- Organizadores gráficos
- 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

- Exámenes.....	20%
- Actividades extraclase.....	10%
- Prácticas de laboratorio.....	20%
- Práctica de campo.....	20%
- Propuesta de integración de servicios de viaje.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
Hernández, C. (2020). <i>Calidad en el servicio</i> . México: Trillas.	Cortés, C., y Vargas, E. (2018). Prospectiva en agencias de viajes: una revisión de la literatura. <i>Turismo y Sociedad</i> , 22, 45-64. México. doi: https://doi.org/10.18601/01207555.n22.03
Feijoo, J. (2016). <i>Comunicación en el Turismo</i> . Ugerman.	Kosak, N., y Kozak, M. (2019). <i>Tourist Destination Management: Instruments, Products, and Case Studies</i> . Switzerland. Springer
Achila. (2020). Glosario de Términos Aéreos: Recuperado de http://www.achila.cl/glosario-de-terminos-aereos/	Nieto, A. (2016). <i>Dirección y gestión de entidades de intermediación turística</i> . Síntesis. España.
Salesa, N. (2020). <i>Venta de Servicios Turísticos</i> . Paraninfo.	Pérez, M. (2018). <i>Asesoramiento, venta, y comercialización de productos turísticos</i> . México: IC.
Simboloteca (2021). <i>Alfabeto Fonético Aeronáutico</i> . Recuperado de https://www.simboloteca.com/alfabeto-aeronautico	Procuraduría Federal del Consumidor. (2020). Derechos de los Pasajeros y Políticas de Compensación de Aerolíneas. Recuperado de https://www.profeco.gob.mx/politicassaviacion/index.html
Sabre an Innovative Technology company. (2003-2021). Recuperado de https://www.sabretravelnetwork.com	Servicios Turísticos (2020). Recuperado de https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st
Amadeus IT Group SA. (2020). Recuperado de https://amadeus.com	
International Air Transport Association. (2020). Recuperado de IATA https://www.iata.org	
Asociación Mexicana de Agencias de Viajes. (2020). Recuperado de https://www.amav.com.mx	
González, H. (2017). <i>Empresas de Servicios de Viaje Turísticos. Teoría y Práctica</i> . España: trillas.	
Vogeler, C. y Hernández, E. (2018). <i>Introducción al turismo: Análisis y estructura</i> . Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.	
Código Ético Mundial para el Turismo. (2001). Organización Mundial del Turismo. Madrid, España. [clásica]	

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura deberá tener título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística o carrera afín, preferentemente posgrado en área afín. Asimismo deberá contar con 2 años de experiencia laboral en el área turística, con experiencia docente de dos años, conocimiento de empresas de servicio de viaje. Deberá ser innovador, creativo, responsable.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 00 HL: 00 HPC: 03 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Alejandro Zazueta Valenzuela
Alberto Domingo Núñez Ramírez
Freddy Sánchez Dávila
Juan Arturo Cedillo Marín
Alán Raúl Meza Guzmán

Fecha: 12 de marzo de 2021

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje proporciona los antecedentes, fundamentos, jerarquía, clasificaciones y estándares de los establecimientos de alimentos y bebidas; lo que permite al estudiante identificar los procedimientos de operación y desarrollar un modelo de mejora continua dentro de la empresa para fortalecer y crear ventajas competitivas.

Se imparte en la etapa disciplinaria es de carácter obligatoria y pertenece al área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Evaluar la operación de establecimientos de alimentos y bebidas, mediante la identificación de sus antecedentes, conceptos básicos, estructura organizacional, funciones por puesto y procedimientos por área, para analizar la información y desarrollar un modelo de negocio creando ventajas competitivas, con integridad y profesionalismo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Desarrolla bases operativas del modelo de negocio que incluya: las técnicas, protocolos, estructura organizacional, función por puesto y realizar un montaje del mismo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I. Antecedentes y actualidad de los establecimientos de alimentos y bebidas

Competencia:

Analizar el desarrollo histórico del establecimiento de alimentos y bebidas, mediante la revisión de los orígenes, precursores y nuevas tendencias, para identificar su evolución y desarrollo en los modelos de negocios, con actitud reflexiva, crítica y responsable.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 1.1. Momentos históricos de la gastronomía y servicio
- 1.2. Personajes históricos de la gastronomía y servicio
- 1.3. Conceptos actuales de establecimientos de alimentos y bebidas

UNIDAD II. Clasificación y conceptos básicos

Competencia:

Distinguir los principales conceptos e indicadores de clasificación más utilizadas en el mundo gastronómico, mediante la identificación de su tipología y organización, para familiarizarse con los establecimientos de alimentos y bebidas, con ética, responsabilidad y profesionalismo.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. Glosario y terminología (tecnicismos) de la industria
- 2.2. Clasificaciones de establecimientos de alimentos y bebidas
 - 2.2.1. Tenedor
 - 2.2.2. Estrellas Michelin
 - 2.2.2. Diamantes
 - 2.2.3. Especialidad
 - 2.2.4. Platos
 - 2.2.5. Otros

UNIDAD III. Jerarquía y funciones del personal de un restaurante

Competencia:

Diferenciar las estructuras organizacionales, a través de las áreas administrativas, cocina y servicio dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas, para seleccionar las funciones del personal a su cargo, con liderazgo, integridad y tolerancia.

Contenido:

- 3.1. Organigrama restaurante familiar
- 3.2. Organigrama franquicia
- 3.3. Organigrama servicio clásico
- 3.4. Otros conceptos

Duración: 4 horas

UNIDAD IV. Fundamentos de cocina

Competencia:

Analizar los puestos y diferenciar las actividades de una brigada de cocina, mediante la aplicación de diversas técnicas culinaria y procedimientos de seguridad e higiene con base en la normatividad vigente, para cumplir con los lineamientos y estándares establecidos en el área de cocina, con trabajo colaborativo, altruismo y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Mise a place de cocina
- 4.2. Perfil de puestos, funciones y cualidades
 - 4.2.1. Chef ejecutivo
 - 4.2.2. Chef de cuisine
 - 4.2.3. Sous chef
 - 4.2.4. Chef de partie
 - 4.2.5. Cocineros
 - 4.2.6. Producción
 - 4.2.7. Otros
- 4.3. Procedimientos de seguridad
- 4.4. Aplicación de la Norma Oficial Mexicana de buenas prácticas de higiene vigente
- 4.5. Utensilio y equipo base
- 4.6. Áreas de cocina.
 - 4.6.1. Bases gastronómicas
 - 4.6.2. Cocina salada
 - 4.6.2.1. Fría
 - 4.6.2.2. Caliente
 - 4.6.3. Cocina dulce
 - 4.6.3.1. Fría
 - 4.6.3.2. Caliente

UNIDAD V. Fundamentos de servicio salón- comedor

Competencia:

Analizar los puestos y diferenciar las actividades de una brigada de comedor, mediante la aplicación de diversos protocolos de servicio y procedimientos de seguridad e higiene con base en la normatividad vigente, para cumplir con los lineamientos y estándares establecidos en el área de salón-comedor, con trabajo colaborativo, tolerancia y empatía.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 5.1. *Petite menaje* del salón- comedor
- 5.2. Perfil de puestos funciones y cualidades
 - 5.2.1. Capitán de meseros
 - 5.2.2. Mesero
 - 5.2.3. Ayudante de mesero
 - 5.2.4. Hostess/Host
 - 5.2.5. Cajero
 - 5.2.6. Otros
- 5.3. Aplicación de la Norma Oficial Mexicana de buenas prácticas de higiene vigente
- 5.4. Utensilio y equipo base
- 5.5. Tipos de servicio
- 5.6. Protocolos de servicio
- 5.7. Venta sugestiva

UNIDAD VI. Fundamentos de bar

Competencia:

Analizar los puestos y diferenciar las actividades del de área de bar, mediante la aplicación de diversos protocolos de servicio, técnicas de preparación y procedimientos de seguridad e higiene con base en la normatividad vigente, para cumplir con los lineamientos y estándares establecidos en el área de bar. con honestidad, responsabilidad y disciplina.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 6.1. Producción de área bar
- 6.2. Perfil de puestos, funciones y cualidades
 - 6.2.1. Mixólogo
 - 6.2.2. Bartender
 - 6.2.3. Ayudante
 - 6.2.4. Otros
- 6.3. Aplicación de la Norma Oficial Mexicana de buenas prácticas de higiene vigente
- 6.4. Utensilio y equipo base
- 6.5. Establecimiento de licores bases/batalla
- 6.6. Aguardiente, Destilado, Licores, vinos
- 6.7. Servicio de tragos
- 6.8. Clasificación de cocktails
- 6.9. Técnicas de preparación de bebidas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD IV				
1	Bases gastronómicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asiste puntualmente al lugar de reunión establecido. 2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento/taller. 3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 4. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del establecimiento/taller. 5. Elabora el mise place. 6. Realiza la preparación y sigue la receta estándar. 7. Evalúa del producto final. 8. Limpia el área de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario. 	12 horas
2	Especialidad culinaria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asiste puntualmente al lugar de reunión establecido. 2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento/taller. 3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 4. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller/taller. 5. Selecciona una especialidad culinaria: salada o dulce, puede elaborarse caliente o fría. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario. 	12 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 6. Elabora el mise place de la especialidad seleccionada. 7. Realiza la preparación y sigue la receta estándar. 8. Evaluación del producto final. 9. Limpia el área de trabajo. 		
UNIDAD V				
3	Protocolos de servicio y venta sugestiva	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asiste puntualmente al lugar de reunión establecido. 2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento/taller. 3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 4. Selecciona un tipo de servicio adecuado con una especialidad gastronómica. 5. Describe los protocolos de servicios. 6. Aplica los protocolos de servicio. 7. Realiza venta sugestiva de alimentos y bebidas. 8. Evalúa resultados obtenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliario de comedor. • Equipo y utensilios de servicios. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Uniforme de servicio y zapato antiderrapante. • Protocolos de servicios. 	15 horas
UNIDAD VI				
6	Preparación de cocktail	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asiste puntualmente al lugar de reunión establecido. 2. Respeta las políticas y reglas establecidas por el establecimiento/taller. 3. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 4. Selecciona las recetas y técnica por tipo de cocktail. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliario de bar. • Equipo y utensilios de bar. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Uniforme de servicio y zapato antiderrapante. • Técnicas de mezclado. • Recetario. 	9 horas

- | | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | 5. Prepara el cocktail.
6. Evalúa resultados obtenidos. | | |
|--|--|--|--|--|

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):

- Recorridos y visitas (virtuales-presenciales)
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Desarrollo de talleres

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Solución de problemas
- Trabajo en equipo
- Talleres
- Exposiciones
- Informes técnicos
- Organizadores gráficos
- 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

- Tareas, actividades y exposiciones	10%
- Prácticas de campo.....	20%
- 1 examen parcial teórico.....	15%
- 1 examen parcial practico.....	15%
- Proyecto final.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Andrew, S (2016). <i>Food and Beverage Service a trainig manual</i> (3th ed.). United States: McGrawHill.</p> <p>Díaz, M. (2016). <i>Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio</i>. España: Tutor Formación.</p> <p>Equipo Vértice. (2009). <i>Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio</i>. España: Vértice. [clásica]</p> <p>Equipo Vértice. (2009). <i>Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio en el restaurante</i> España: Vértice. [clásica]</p> <p>Gómez, E. (2002). <i>Higiene en alimentos y bebidas</i>. México: Trillas.[clásica]</p> <p>Guerrero, R. (2019). <i>Procesos básicos de preparación de alimentos y bebidas 2</i>. España: Paraninfo.</p> <p>Hinojo, J. J. (2016). <i>Sistemas de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante</i>. España: Paraninfo.</p> <p>Marnina, A. A, Mun,K.C., Ahmad, K.S.N, Mohd, H,S Y Kamaruddin, A (2019). <i>Fundamentals of Food and Beverage Operations</i>. United States: OXFORD.</p> <p>Weekes, S. y Cousins, J, (2019). <i>Food and Beverage Service</i> (10th ed). United States: Hooder education.</p>	<p>Feijoo, J. L., García, M. L., Degrossi, M. C. (2009). <i>Alimentos y Bebidas: Su Gerenciamiento en Hoteles y Restaurantes</i>. Estados Unidos: Lectorum.[clásica]</p> <p>M. de Flores, G., González, M., y Covadonga, M. (2016). <i>Iniciación en las técnicas culinarias</i> (2^a ed.). México: Limusa.</p> <p>Pulido, D. G. (2015). <i>Inglés profesional para turismo: Uso en la comercialización, información y atención profesional</i>. España: Ideaspropias [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas deberá tener título de licenciatura en turismo, gestión turística, gastronomía o área afín, preferentemente con posgrado con este énfasis, cinco años de experiencia profesional comprobable y actual en centro de consumo de alimentos y bebidas dentro del área de gestión y operación en mando medios. Ser proactivo, responsable y comprometido con el aprendizaje significativo de los estudiantes.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Logística y Operación de Eventos
- 5. Clave:**
- 6. HC:** 02 **HT:** 00 **HL:** 00 **HPC:** 03 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 07
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Ario Refugio Estrada Gaxiola
María Nadya Patricia Susana Camarena Colunga
Martha Ofelia Lobo Rodríguez
Javier Armando Espinoza Medina
Rosa Guadalupe Quintana Ruíz
Sulema De Jesús Reyes Fonseca

Fecha: 12 de marzo de 2021

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Logística y Operación de Eventos es brindar herramientas teóricas y prácticas para determinar la logística y operación de los mismos. La utilidad de esta radica en ofrecer herramientas que permiten al estudiante identificar y aplicar según el tipo de eventos, características y estructura organizacional, tipos de montaje, proveedores y patrocinadores, protocolo, ceremonial y etiqueta. Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Gestión Turística

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Determinar la logística y operación de eventos requerido en cada evento, considerando sus características y las normas de urbanidad a seguir, para ofrecer un servicio profesional de alta calidad en la organización de cualquier tipo de evento, con honestidad y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realizar propuesta de logística de un evento fundamentado en la teoría revisada y la experiencia de participar como staff de un evento turístico. La propuesta debe considerar: definición y clasificación de eventos, características y estructura organizacional, tipos de montaje, proveedores y patrocinadores, protocolo, ceremonial y etiqueta.

Participar como staff de un evento real, para hacer el análisis logístico y operativo, haciendo un reporte del mismo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Definición y clasificación de eventos

Competencia:

Distinguir la clasificación de los eventos de acuerdo al objetivo que persiguen, procurando escoger las mejores sedes y fechas, para la realización de los mismos de manera profesional, con respeto a los entornos naturales y las capacidades instaladas de cada sede.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Definición de eventos
- 1.2. Definición de organización de eventos
- 1.3. Elementos claves en la organización de eventos
- 1.4. Clasificación de eventos según su objetivo
- 1.5. Organismos públicos y privados promotores de eventos

UNIDAD II. Características y estructura organizacional

Competencia:

Aplicar las diferentes estructuras organizacionales que se utilizan en los diferentes tipos de eventos, dependiendo de las características que tienen cada uno de ellos, para determinar el recurso humano necesario, con responsabilidad y respeto.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. Características de estructura organizacional en principales tipos de eventos.
- 2.2. Diferencias de organigrama entre tipos de eventos.
- 2.3. Selección del Personal para la organización de eventos.
- 2.4. Definición de puesto y perfiles para la realización de eventos

UNIDAD III. Tipos de montaje

Competencia:

Analizar los tipos de montaje, a través de la distinción de sus características, para aplicarlos dependiendo del tipo de evento a realizar, con sentido de responsabilidad y honestidad.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 3.1. Características de los diferentes tipos de montaje.
- 3.2. Montaje según los principales tipos de evento
- 3.3. Académicos
- 3.4. Sociales
- 3.5. Culturales
- 3.6. Ferias y exposiciones
- 3.7. Áreas de apoyo
- 3.8. Elemento a evaluar para determinar el montaje adecuado de cada evento.

UNIDAD IV. Colaboraciones y negociaciones

Competencia:

Establecer los lineamientos y políticas de contratación de participantes, patrocinadores y proveedores, a partir de los objetivos específicos de cada evento y con apego a las normas aplicables, para llevarlo a cabo exitosamente, con equidad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1. Selección de proveedores
 - 4.1.1. Cotizaciones
 - 4.1.2. Evaluación de opciones
- 4.2. Técnicas de negociación con patrocinadores
 - 4.2.1. Patrocinio en especie
 - 4.2.2. Patrocinio económico
 - 4.2.3. Intercambio
 - 4.2.4. Elaboración de cartas solicitud de apoyo
- 4.3. Presupuesto
 - 4.3.1. Ingresos propios
 - 4.3.2. Gastos que absorbe el comité organizador
 - 4.3.3. Gastos que absorben los participantes
 - 4.3.4. Egresos
- 4.4. Política de contratos
 - 4.4.1. Especie
 - 4.4.2. Económicos

UNIDAD V. Protocolo, ceremonial y etiqueta

Competencia:

Atender las reglas de protocolo y urbanidad en la atención de todos los actores que participan en el evento, respetando la investidura de cada persona de manera prudente, para el cumplimiento de los objetivos del evento, con sentido de responsabilidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 5.1. Importancia de la Imagen corporativa del evento
- 5.2. Características y definición de Presídium
- 5.3. Pódium
- 5.4. Conferenciantes
- 5.5. Invitaciones a participantes
- 5.6. Invitados especiales y periodistas
- 5.7. Recepción y confirmación de participantes
- 5.8 Agradecimientos
- 5.9 Obsequios

UNIDAD VI. Logística y operación de los tipos de eventos

Competencia:

Ejecutar el proceso adecuado de logística y operación que se requieren para la realización de cada evento, considerando sus particularidades en el entendido de respetar las funciones de cada individuo, para detallar de manera oportuna y confiable una ruta crítica, con responsabilidad individual y grupal.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 6.1. Definiciones y características de la logística de eventos
- 6.2. Identificar las necesidades de un evento
- 6.3. Checklist para eventos
- 6.4. Ruta crítica
- 6.5. Cronograma del evento
- 6.6. Lay out del evento (croquis)
- 6.7. Softwares especializados para la operación y logística de eventos.
- 6.8. Elementos claves en la operación de un evento.
- 6.9. Elementos a considerar para la logística y operación de un evento

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Clasificación de eventos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para clasificar los distintos tipos de eventos. 2. Identifica las características de los diferentes tipos de eventos. 3. Investiga y asiste a los diferentes los tipos de eventos que se llevan a cabo de manera local, estatal, nacional e internacional la población y determina la muestra. 4. Correlaciona con un ejemplo cada uno de los tipos de eventos. 5. Define el tipo de evento que posteriormente realizará y presenta un resumen ejecutivo con evidencia fotográfica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Paquetería office. • Equipo de fotografía. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	4 horas
UNIDAD II				
2	Estructura organizacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para desarrollar una estructura organizacional para el desarrollo del evento con un mínimo de 300 participantes. 2. Diferencia, selecciona y define la estructura organizacional para el desarrollo del evento. 3. Realiza a través de un formato los diferentes perfiles de puesto para antes, durante y después del evento. 4. Acude a entrevista con 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Paquetería office. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	6 horas.

		<p>organizadores de eventos de más de 300 participantes.</p> <p>5. Integra y entrega las evidencias en el formato solicitado por el profesor.</p>		
UNIDAD III				
3	Tipos de montaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Organiza y procesa la información obtenida del curso correspondiente a la unidad 3: Tipos de montaje. 3. Establece contacto con la empresa con la que realizara colaboración para solicitar información al respecto. 4. Recaba el mobiliario necesario, para representar los tres tipos de montaje que le sean más fácil. De los demás agregará fotografías de diferentes fuentes. 5. Integra la información de las características de cada uno de los tipos de montaje, en modelo de procedimiento. 6. Clasifica tipos de montaje dentro de los diferentes tipos de eventos. 7. Integra evidencias fotográficas de los tipos de montaje que representa, mínimo 3. 8. Complementa con los datos bibliográficos utilizados, en formato APA y entrega las 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Paquetería office. • Cámara fotográfica. • Mobiliario de eventos básico para cada tipo de montaje. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	6 horas.

		evidencias en el formato solicitado por el profesor.		
UNIDAD IV				
4	Presupuesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la negociación de proveedores, presupuestos y políticas de contrato. 2. Solicita como mínimo tres cotizaciones para los diferentes proveedores del evento, analiza la mejor propuesta y/o realiza una mejor contrapropuesta. 3. Establece la negociación con patrocinadores de manera ejecutiva a través de un documento con las características requeridas para cada patrocinio: en especie, económico e intercambio. 4. Integra y entrega las evidencias de acuerdo con lo solicitado por el profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Paquetería office. • Formatos de contrato para proveedores y patrocinadores en sus diferentes modalidades • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	8 horas.
UNIDAD V				
5	Protocolo, ceremonial y etiqueta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor sobre la importancia del protocolo e Imagen corporativa del evento. 2. Establece la imagen corporativa del evento de acuerdo con lo que quiere comunicar. 3. Define quien conformará su 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Paquetería office. • Manual de imagen corporativa • Ejemplos de programas • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	8 horas.

		<p>presídium en una imagen.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Realiza entrevista con dos personas con experiencia en integración de presídiums. 5. Define el preprograma y programa final del evento. 6. Redacta las invitaciones para presídium, invitados especiales, medios de comunicación, entre otros. De igual manera da seguimiento a la recepción de confirmaciones. 7. Establece los tipos de agradecimiento y/o obsequios. 8. Integra y entrega las evidencias en el formato solicitado por el profesor. 		
UNIDAD VI				
6	Logística y operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para aplicar las características de la logística de eventos. 2. Participa como staff en dos eventos para identificar las necesidades de logística en los eventos. 3. Realiza a través de un formato las necesidades de un evento antes, durante y después en concordancia con la estructura organizacional y las necesidades materiales y presupuestales. 4. Plantea de manera gráfica la ruta crítica y cronograma del evento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Paquetería office. • Software especializado en la organización de eventos • Formatos • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	16 horas

		<ol style="list-style-type: none">5. Realiza un <i>Lay out</i> del evento (croquis)6. Elige y usa al menos un software especializados para la operación y logística de eventos.7. Establece en minutas de trabajo los elementos claves en la operación del evento, así como la logística y operación del evento.8. Integra las evidencias y las entrega en el formato solicitado por el profesor.		
--	--	--	--	--

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
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Asesorías prácticas de taller

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- 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%
- Prácticas de campo.....	20%
- Propuesta de logística.....	40%
- Participación como staff.....	20%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

De la Serna, M. y Escudero, M. (2017). *Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones*. Editorial Síntesis.

Jiménez y Paniza. (2017). *Eventos y protocolo; la gestión estratégica de actos corporativos e institucionales*. UOC.

Kimball, C., I., & Flanagan, L. (2021). *Start Your Own Event Planning Business: Your Step-By-Step Guide to Success* (4th ed.). Gildan Media Corporation.

Ortega, C. & Izaguirre, M. (2010) *Los eventos funciones y tendencias*. Universidad de Deusto Bilbao. http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio39.p

Roca, J. (2015). *Planificación, organización y control de eventos*. Paraninfo.

Complementarias

Cravioto, T. (2001). *Organización de congresos y convenciones*. Trillas.

Daft, R. (2015). *Teoría y diseño organizacional*. Cengage Learning.

Peña, D. (2001). *Congresos, convenciones y reuniones*. Trillas.

Richero, A. (2002). *Eventos*. Trillas.

Rodríguez, A. (2018). *Relaciones Públicas y organización de eventos*. Síntesis

Yarto Aponte, E. (2017). *Turismo de reuniones, convenciones, incentivos, congresos y exposiciones* (3^a ed.). Trillas.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Logística y Operación de Eventos debe poseer título de Licenciado en Turismo o área afín con mínimo dos años de experiencia laboral en el área de logística, organización y ejecución de eventos y un año de experiencia docente. Ser proactivo, analítico, organizado y que fomente el trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Matemáticas Financieras y Presupuestos para el Turismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Omar Leonardo Valladares Icedo
Gloria Quintana García
Patricia Haros Delgado
Bertha Aidé Geraldo Orozco

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Matemáticas Financieras y Presupuesto para el Turismo tiene como propósito dotar al alumno con los conceptos y técnicas necesarias para comprender y calcular los cambios cuantitativos que, a través del tiempo se producen en el valor del dinero, permitiendo a los entes económicos tomar decisiones acertadas con rapidez, oportunidad, responsabilidad y sentido crítico.

Esta asignatura se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento finanzas

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar con precisión las diferentes fórmulas de capital, monto, tiempo y tasas de interés, a través del desarrollo de algoritmos o ecuaciones, para solucionar problemas y facilitar la toma de decisiones financieras dentro de la organización, con sentido crítico, responsabilidad y oportunidad

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realizar un presupuesto maestro que integre: información operativa, información financiera y las propuestas para la toma de decisiones de la empresa turística.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Matemáticas financieras

Competencia:

Calcular los elementos que intervienen en el interés a través de la conceptualización de valor presente, monto, tasa de interés y tiempo, con el fin de realizar el cálculo de descuento bancario y ecuaciones de valores equivalentes, con responsabilidad, actitud analítica y sentido crítico.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1 Valor del dinero en el tiempo
- 1.2 Interés simple exacto y ordinario
 - 1.2.1 Descuento
- 1.3 Interés compuesto
- 1.4 Anualidades
 - 1.4.1 Amortización

UNIDAD II. Costos

Competencia:

Analizar los tipos de costos, mediante sus características, origen e impacto en la empresa, para incidir en la toma de decisiones del ramo turístico, con pensamiento crítico, responsabilidad y precisión.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1 Definir los costos en función de las empresas turísticas
- 2.2 Implementación de técnicas en costos

UNIDAD III. Presupuestos

Competencia:

Elaborar presupuestos, mediante el análisis de los elementos y recursos de la empresa, para apoyar en la toma de decisiones sobre futuras inversiones, con responsabilidad, honestidad y actitud analítica.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 3.1 Conceptos básicos de presupuesto
 - 3.1.1 Tipos de presupuestos
 - 3.1.2 Clasificación de presupuestos
- 3.2 Pronósticos de ventas
- 3.3 Presupuesto para empresas turísticas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Cálculo interés simple	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el cálculo de interés simple. 2. El docente proporciona la información del caso práctico. 3. Aplica las fórmulas de ecuaciones de valor equivalente. 4. Analiza los resultados de la aplicación de las fórmulas. 5. Elabora un informe de la solución del caso práctico. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales, etc) • Bibliografía. 	4 horas
2	Cálculo de descuento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el cálculo del descuento. 2. El docente proporciona la información del caso práctico. 3. Aplica las fórmulas de ecuaciones de descuento. 4. Analiza los resultados de la aplicación de las fórmulas. 5. Elabora un informe de la solución del caso práctico. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales, etc) • Bibliografía. 	4 horas

3	Cálculo interés compuesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el cálculo de interés compuesto. 2. El docente proporciona la información del caso práctico. 3. Aplica las fórmulas de ecuaciones de interés compuesto. 4. Analiza los resultados de la aplicación de las fórmulas. 5. Elabora un informe de la solución del caso práctico. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales,etc) • Bibliografía. 	4 horas
UNIDAD II				
4	Aplicación de técnicas de costos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar la aplicación de las técnicas de costos. 2. El docente proporciona la información del caso práctico. 3. Aplica las técnicas de costos a casos prácticos de la industria turística. 4. Analiza los resultados de la aplicación de las técnicas. 5. Elabora un informe de la solución del caso práctico. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales,etc) • Bibliografía. 	12 horas
UNIDAD III				
5	Elaboración de presupuesto de inversión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar el 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el 	8 horas

		<p>presupuesto de inversión.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. El docente proporciona la información del caso práctico. 3. Aplica las técnicas de presupuestación a casos prácticos de la industria turística. 4. Analiza los resultados de la aplicación de las técnicas. 5. Elabora un informe del presupuesto de inversión. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	<p>docente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales,etc) • Bibliografía. 	
6	Elaboración de presupuesto operativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar el presupuesto operativo. 2. El docente proporciona la información del caso práctico. 3. Aplica las técnicas de presupuestación a casos prácticos de la industria turística. 4. Analiza los resultados de la aplicación de las técnicas. 5. Elabora un informe del presupuesto operativo. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales,etc) • Bibliografía. 	8 horas
7	Elaboración de presupuesto financiero	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar el presupuesto financiero. 2. El docente proporciona la información del caso práctico. 3. Aplica las técnicas de presupuestación a casos prácticos de la industria 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, 	8 horas

		<p>turística.</p> <ol style="list-style-type: none">4. Analiza los resultados de la aplicación de las técnicas.5. Elabora un informe del presupuesto financiero.6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación.7. Realiza correcciones.	<p>plantillas digitales,etc)</p> <ul style="list-style-type: none">• Bibliografía.	
--	--	--	--	--

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):

- Presenta información sobre los conceptos básicos de Matemáticas Financieras.
- Presenta ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Proporciona información para las prácticas de taller
- Resuelve y ejemplifica con casos prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Diseña y aplica evaluaciones
- Aplica evaluaciones diagnósticas

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma
- Realiza y presenta las actividades extraclase
- Realiza investigación documental
- Resuelve evaluaciones diagnósticas

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%
- Prácticas de taller..... 40%
- Presupuesto maestro 40%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Albornoz, C. (Coord.). (2012). <i>Gestión Financiera de las Organizaciones</i>. Buenos Aires: Eudeba. [clásica]</p> <p>Boullosa, A. M. y Ríos, L. R. (2017). <i>Matemática financiera</i>. Cuba: Feijóo. Recuperado de http://feijoo.cdict.uclv.edu.cu/?libros=matematica-financiera</p> <p>Brigham, E. F. y Houston, J. H. (2020). <i>Fundamentos de administración financiera</i>. (15^a ed.). México: Cengage.</p> <p>García, J. (2016). <i>Matemáticas financieras</i>. Argentina: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.</p> <p>Gitman, L. (2007). <i>Principios de Administración Financiera</i>. (14^a ed.). México: Pearson- Prentice Hall. [clásica]</p> <p>Gutiérrez, M. Á. (2020). <i>Matemáticas financieras</i>. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.</p> <p>Ortiz, H. (2019). <i>Finanzas básicas para no financieros</i>. México: Cengage.</p> <p>Vanderbeck, E. J., y Mitchell, M. R. (2017). <i>Principios de contabilidad de costos</i>. (17^a ed.). México: Cengage.</p> <p>Vidaurri, H. M. (2017). <i>Matemáticas financieras</i>. (6^a ed.). México: Cengage.</p>	<p>Ayres, F. (1991). <i>Matemáticas Financieras</i>; Colombia, Serie Schaum: McGraw-Hill. [clásica]</p> <p>Gitman, L. (2007). <i>Principios de Administración Financiera</i>. (14^a ed.). México: Pearson- Prentice Hall. [clásica]</p> <p>Gueant, O. (2016). <i>The Financial Mathematics of Market Liquidity: From Optimal Execution to Market Making</i>. Editorial CRC Press.</p> <p>Hernández, A. (2002). <i>Matemáticas Financieras</i>. Ecasa. [clásica]</p> <p>Gitman, L. (2007). <i>Principios de Administración Financiera</i>. (14^a ed.). México: Pearson- Prentice Hall. [clásica]</p> <p>Portus, L. (1999). <i>Matemáticas Financieras</i>. España: McGraw-Hill. [clásica]</p> <p>Morales, D. (1994). <i>Financiamiento Turístico (Fuentes Internas y Externas)</i>. México: Trillas. [clásica]</p> <p>Van Horn, J. & Wachowicz, J. (2002). <i>Fundamentos de Administración Financiera</i>. (11^a ed.). México: Pearson, Prentice Hall.</p> <p>Youshimata, A. (1995). <i>Control de Costos de Alimentos y Bebidas</i>. México: Diana.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta asignatura deberá tener título de Licenciatura en Turismo, Administración, Finanzas, Mercadotecnia o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado, experiencia laboral mínima de 2 años en el área de conocimiento, con experiencia docente, conocimientos del idioma inglés, proactivo, facilidad de palabra y dominio de herramientas digitales.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Sistemas de Calidad en Turismo
- 5. Clave:**
- 6. HC:** 02 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Alejandro Zazueta Valenzuela
Marisa Reyes Orta

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 16 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es que el alumno compare diferentes sistemas de calidad, así como certificaciones que impactan a las empresas turísticas, mediante el uso de diversas metodologías y listas de verificación con la finalidad de identificar no conformidades en los procesos y procedimientos, con esto generar acciones correctivas que sirvan para crear una cultura de calidad y mejora continua en las empresas, desarrollando su pensamiento crítico, holístico y disciplina.

Se imparte en la etapa disciplinaria del programa educativo Licenciado en Gestión Turística, con carácter obligatorio, pertenece al Área de Conocimiento Calidad.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diagnosticar las áreas de no conformidad en los diferentes procesos de una empresa turística, a través de la aplicación de un sistema de calidad centrado en el proceso de auditoría, para generar acciones correctivas y crear una cultura de calidad y mejora continua con integridad y pensamiento crítico.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Reporte técnico basado en un proceso de auditoría donde se presente: diagnóstico, sistema de gestión, justificación, instrumento de medición, áreas de no conformidad y hallazgos así como recomendaciones para el proceso de mejora continua de la empresa.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Fundamentos de la calidad

Competencia:

Diferenciar los conceptos, niveles e ideologías clásicas del enfoque de calidad, mediante la identificación de la aplicación y relevancia en una empresa turística para comprender la importancia de la calidad y el costo de la no calidad, con profesionalismo, integridad y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1 Concepto de calidad.
- 1.2 Niveles de calidad.
- 1.3 Importancia de la calidad.
- 1.4 Ciclo de Deming: la gestión y mejora de procesos.
- 1.5 Calcular el costo de la no calidad.
- 1.6. Áreas de no conformidad y acciones correctivas

UNIDAD II. Sistemas internacionales de calidad.

Competencia:

Analizar las principales definiciones, autores e ideologías internacionales de calidad, mediante el seguimiento de procedimientos establecidos, para generar el cumplimiento de procesos y asegurar la mejora continua en los productos y servicios turísticos, con pensamiento analítico, comprensión y proactividad.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 2.1 Definición sistema de calidad.
- 2.2 Principales autores.
- 2.3 Ideología de calidad japonesa
 - 2.3.1. 5 “s”.
 - 2.3.2. Kaizen.
- 2.4 Ideología de calidad americana
 - 2.4.1. Modelo de brechas.
 - 2.4.2. Modelo ServQual.
 - 2.4.3. Balance Score Card.
- 2.5 ISO 9001.

UNIDAD III. Distintivos de calidad turística mexicanos.

Competencia:

Analizar los procesos que integran los distintivos, certificaciones y programas de calidad nacionales enfocados al turismo, mediante el desarrollo de procedimientos y actividades enfocadas a la operación y gestión de empresas turísticas, para cumplir con los lineamientos establecidos y generar ventajas competitivas, con profesionalismo, responsabilidad y visión.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1 Distintivo M.
- 3.2 Distintivo H.
- 3.3 Distintivo S.
- 3.4 Distintivos, certificaciones y programas de calidad turística en México.
- 3.5 Distintivos, certificaciones y programas de calidad turística regionales.

UNIDAD IV. Auditoría de calidad.

Competencia:

Evaluar los procesos y procedimientos operativos y de gestión de una empresa turística, a través de una auditoría y herramientas de calidad, con la finalidad de identificar áreas de no conformidad y generar acciones correctivas que solucionen los hallazgos, con disciplina, actitud sistemática y efectividad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1 Definición
- 4.2 Perfil del auditor.
- 4.3 Procedimiento de auditoría de calidad.
- 4.4 Diseño de herramientas de auditoría.
- 4.5 Ponderación de herramientas de auditoría.
- 4.6 Redacción de resultados, recomendaciones y conclusiones.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Ideología de calidad Japonesa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las indicaciones del docente. 2. Selecciona una empresa turística. 3. Analiza un área determinada con una metodología de calidad. 4. Identifica áreas de no conformidad. 5. Genera acciones correctivas. 6. Realiza un reporte que será entregado al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Lista de verificación. • Libros especializados. 	4 horas
2	Ideología de calidad americana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las indicaciones del docente. 2. Selecciona una empresa turística. 3. Analiza un procedimiento determinado con una metodología de calidad. 4. Identifica áreas de no conformidad. 5. Genera acciones correctivas. 6. Realiza un reporte que será entregado al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Lista de verificación. • Libros especializados. 	4 horas
3	ISO 9001	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las indicaciones del docente. 2. Selecciona una empresa turística. 3. Elige un puesto determinado. 4. Identifica el perfil del puesto. 5. Desarrolla tres procedimientos siguiendo la metodología del ISO 9001 vigente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Organigrama. • Perfil de puestos. • Manual de procedimientos. 	4 horas

		6. Realiza un reporte que será entregado al docente.		
UNIDAD III				
4	Programa de calidad empresarial mexicano.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las indicaciones del docente. 2. Selecciona una empresa turística. 3. Elige el programa de calidad mexicano que se adapte a la empresa turística. 4. Indaga sobre el programa y su lista de verificación. 5. Realiza una adaptación de la lista de verificación basado en la operatividad de la empresa. 6. Diagnostica la actualidad de la empresa. 7. Realiza acciones correctivas basada en resultados. 8. Expone los hallazgos en clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Manual de programa de calidad empresarial mexicano. • Lista de verificación. • Libros especializado 	6 horas
UNIDAD IV				
5	Auditoría	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las indicaciones del docente. 2. Selecciona una empresa turística. 3. Realiza un diagnóstico de la situación actual de la empresa turística 4. Elige la metodología de calidad y el programa de calidad mexicano que se adapte a la empresa turística. 5. Indaga sobre el programa y su lista de verificación. 6. Realiza una adaptación de la lista de verificación basado en 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Manual de programa de calidad empresarial mexicano. • Lista de verificación. • Libros especializados. • Artículos científicos. 	14 horas

		<p>la operatividad de la empresa.</p> <ol style="list-style-type: none">7. Evalúa la operación y gestión de la empresa con la lista de verificación.8. Identifica las áreas de no conformidad.9. Realiza acciones correctivas10. Expone los hallazgos en clase.		
--	--	--	--	--

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
- Ejercicios prácticos
- Foros
- Retroalimentar
- Evaluar el aprendizaje
- Asesoría en prácticas de taller

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Reportes técnicos
- Cuadros comparativos
- Prácticas de taller
- Listas de verificación

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 y actividades	10%
- Exposiciones y casos prácticos.....	10%
- Prácticas de Taller.....	20%
- Reporte técnico de auditoria.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Arjona, C. L. (2009). <i>Marketing y gestión de calidad turística</i>. España: Liber Factory. [clásica].</p> <p>Armendáriz, J. L. (2019). <i>Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias</i>. (2ª ed.). España: Paraninfo.</p> <p>Del Pozo, J. F. (2015). <i>Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo</i>. España: IC editorial. (clásico)</p> <p>Jennigs, G & Polovitz, N. N (2006). <i>Quality tourism experiences</i>. United States: Elsevier (clásica)</p> <p>Molina, P. G. (2017). <i>Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo</i>. España: Tutor Formación.</p> <p>Secretaria de Turismo (2021). Programa de calidad empresarial. http://www.calidad.sectur.gob.mx/</p> <p>Torres, V. C. P. (2010). <i>Calidad total en la atención al cliente</i>. España: Ideaspropias (Clásica)</p> <p>Seakhoa-King, A., Augustyn, M., y Mason, P. (2021). <i>Tourism Destination Quality: attributes and dimensions</i>. United Kingdom: Emerald publishing.</p>	<p>Aceña, M. (2017). <i>Gestión de costes y calidad del servicio de transporte por carretera</i>. España: Cep SL Educativa.</p> <p>Aranda, M. M., & Herrera, D. R. (2014). <i>Administración de la calidad: nuevas perspectivas</i>. México: Grupo Editorial Patria. [clásico]</p> <p>Evans, J. R., Lindsay, W. M., Fragoso, F. S., & Díaz, G. H. (2000). <i>Administración y control de la calidad</i>. México: Thomson. [clásico]</p> <p>Mantilla, M. B., & Mantilla, S. (2013). <i>Auditoría del control interno</i> (3ª ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.</p> <p>Quiñones, M. E. V., & de Vega, L. A. (2014). <i>Calidad y servicio: conceptos y herramientas</i>. Colombia: Ecoe Ediciones.</p> <p>Vargas, M. E., Aldana, L. Á. (2014). <i>Calidad y servicio: conceptos y herramientas</i>. Colombia: Universidad de La Sabana.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Sistemas de Calidad en Turismo deberá tener título de Licenciatura en gestión turística, administración turística, turismo, administrador de empresas o área afín, con conocimientos de sistemas de gestión de calidad, mapeo de procesos o auditoría de procedimientos, preferentemente con estudio de posgrado, con 4 años de experiencia laboral o certificación en el área. Ser proactivo, tolerante y objetivo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Gestión de Empresas de Hospedaje.
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 02 HL: 00 HPC: 01 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Operación de Servicios de Hospedaje

Equipo de diseño de PUA

Abel Martínez Camacho
Elda Areli Luque

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es que el estudiante analice como base la contribución de los gestores que forjaron la industria hotelera, así como los departamentos administrativos como soporte a los departamentos operativos, utilizando las tecnologías de la información para las empresas de hospedaje. La utilidad de esta radica en que le permite al estudiante comunicarse e interpretar documentos y términos especializados en el idioma inglés, el manejo de las tecnologías de la información relacionadas al hospedaje, además de desarrollar y aplicar liderazgos.

Se imparte en la etapa disciplinar con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de gestión turística y se requiere haber cursado la unidad de aprendizaje de Operación de Servicios de Hospedaje previamente.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los procesos de gestión interna, a través del estudio de las áreas administrativas y uso de plataformas digitales, software y herramientas especializadas de un hotel, para coadyuvar en la toma de decisiones y mejorar la competitividad optimizando sus recursos, con trabajo en equipo y actitud proactiva.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Trabajo escrito sobre el análisis de las tecnologías de la información utilizadas en el área administrativa de hoteles de 4 y 5 estrellas haciendo un cuadro comparativo resaltando sus ventajas y desventajas para la toma de decisiones.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Los gestores de la administración y de las empresas de hospedaje.

Competencia:

Contrastar los diferentes gestores de la administración, a través del estudio de la contribución de sus principales exponentes, con el propósito de conocer las aportaciones para el crecimiento y mantenimiento de las empresas de hospedaje, con actitud innovadora, compromiso y liderazgo.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 1.1. Conceptos de administración y gestión.
- 1.2. Contribución de los principales exponentes de la administración.
 - 1.2.1 Frederick Taylor y los principios de la administración.
 - 1.2.2 Henry Fayol y la gestión administrativa.
 - 1.2.3 Elton Mayo y las relaciones humanas.
- 1.3. Contribución de los principales exponentes de las empresas de hospedaje.
 - 1.3.1 Ellsworth M. Statler.
 - 1.3.2 Vernon and Gordon Stouffer.
 - 1.3.3 Kemmons Wilson.
 - 1.3.4 Sam Barshop.
 - 1.3.5 John Willard Marriott.
 - 1.3.6 Otros exponentes.

UNIDAD II. Departamentos administrativos: gerencia general y recursos humanos.

Competencia:

Distinguir los departamentos administrativos de gerencia general y de recursos humanos, por medio de la identificación de sus habilidades, competencias, organigrama y procedimientos, con la finalidad de fomentar la calidad del servicio al cliente, con capacidad de identificar y resolver problemas, empatía y liderazgo.

Contenido:

Duración: 3 horas

2.1. Gerencia general.

- 2.1.1. Habilidades y competencias requeridas.
 - 2.1.1.1. Interpersonales, de liderazgo, de supervisión y de comunicación.
 - 2.1.1.2. Estilos de liderazgo.
- 2.1.2. Ética e integridad del gerente general.
- 2.1.3. Gestión del tiempo.
- 2.1.4. Desarrollo personal.
- 2.1.5. Flexibilidad y capacidad de adaptación.
- 2.1.6. Trayectoria profesional del estudiante hacia áreas gerenciales.
- 2.1.7. Caso de estudio utilizando las TICs.

2.2 Departamento de recursos humanos.

- 2.2.1. Organigrama, objetivos y funciones del personal del departamento.
- 2.2.2. Motivación, liderazgo y retención.
- 2.2.3. La comunicación interna.
 - 2.2.3.1. Tipología.
 - 2.2.3.2. Niveles de los sistemas de información.
- 2.2.4. Planificación del recurso humano.
 - 2.2.4.1. Determinar el personal adecuado.
 - 2.2.4.2. Análisis y descripción de puestos.
 - 2.2.4.3. Competencias del trabajador 4.0 o actual.
- 2.2.5. Coordinación con otros departamentos.
- 2.2.6. Comité de seguridad e higiene.
 - 2.2.6.1. Accidentes de trabajo.
 - 2.2.6.2. Medidas de higiene.

2.2.6.3. Otros riesgos.

2.2.7. Indicadores.

2.2.8. Código ético mundial para el turismo.

2.2.9. Las TICs en los recursos humanos.

2.2.10. Caso de estudio utilizando las TICs.

UNIDAD III. Departamentos Administrativos: Contraloría, Ventas y Mercadotecnia.

Competencia:

Distinguir los departamentos administrativos de contraloría y ventas y mercadotecnia, por medio de la identificación de sus habilidades, competencias, organigrama y procedimientos, con la finalidad de fomentar la calidad del servicio al cliente, con actitud proactiva, responsabilidad y habilidad para la toma de decisiones.

Contenido:**Duración:** 5 horas**3.1. Departamento de contraloría.**

- 3.1.1. Organigrama, objetivos y funciones del personal del departamento.
- 3.1.2. Características financieras de la industria hotelera.
- 3.1.3. Sistema uniforme de cuentas para la industria hotelera (*Uniform System of Accounts for the Lodging Industry*).
- 3.1.4. Departamentos generadores de ingresos.
- 3.1.5. Costos y presupuestos de operación.
- 3.1.6. Indicadores hoteleros.
- 3.1.7. Reportes estadísticos.
- 3.1.8. Control de inventarios.
- 3.1.9. Ética.
- 3.1.10. Sistemas computarizados para el control.
- 3.1.11. Coordinación con otros departamentos.
- 3.1.12. Caso de estudio utilizando las TICs.

3.2. Departamento de Ventas y Mercadotecnia.

- 3.2.1. Organigrama, objetivos y funciones del personal del departamento.
- 3.2.2. Características de las ventas y la mercadotecnia en empresas de hospedaje
- 3.2.3. Gestión de ingresos (revenue management)
 - 3.2.3.1. Canales de distribución para comercializar el producto hotelero.
 - 3.2.3.1.1. Directos e indirectos.
 - 3.2.3.1.2. Tradicionales y digitales.
- 3.2.4. Creación de experiencias como un plus de la oferta de canales directos.
- 3.2.5. Coordinación con otros departamentos.
- 3.2.6. Caso de estudio utilizando las TICs.

UNIDAD IV. Tecnologías de la información en las empresas de hospedaje.

Competencia:

Distinguir las diversas tecnologías de la información aplicadas a la operación y comercialización del hospedaje, a partir de la identificación de sus herramientas, beneficios, implementación y funcionalidad, para crear un impacto estratégico en el negocio, con asertividad, creatividad e iniciativa.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1. Como ventaja competitiva.
- 4.2. Como herramientas de marketing y ventas. *Customer Relation Management* o CRM.
- 4.3. Como herramienta de eficiencia de los procesos administrativos y operativos.
 - 4.3.1. Productividad.
 - 4.3.2. Calidad en el servicio.
- 4.4 Implementación y funcionalidad de sistemas con impacto estratégico en el negocio.
 - 4.4.1. Sistemas para la comercialización: GDS (*Global Distribution System*) como SABRE, Amadeus, Travelport y Galileo.
 - 4.4.2. Sistema de reservaciones: CRS (*Central Reservation Systems*).
 - 4.4.3. Sistemas de gestión hotelera: PMS (*Property Management Systems*).
 - 4.4.3.1. OPERA de MICROS system
 - 4.4.3.2. Otros.
 - 4.4.4. Sistema de información del cliente: CIS (*Customer Information System*).
 - 4.4.5. Aplicaciones personalizadas.
- 4.5. Beneficios de las tecnologías de la información en el sector hotelero.
- 4.6. Capacitación del capital humano.
- 4.7. Tendencias tecnológicas aplicadas a las empresas de hospedaje.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Exponentes de la administración y de las empresas de hospedaje.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para elaborar una línea del tiempo con los pioneros de la administración y de la hospitalidad con sus contribuciones a la gestión e innovación de la industria de hospedaje. 2. Elige herramienta digital para elaborar la línea del tiempo. 3. Elabora línea del tiempo. 4. Entrega al profesor para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software para crear línea del tiempo. • Recursos bibliográficos Barrows, C.W., Powers, T. & Reynolds, D. (2011). <i>Introduction to Management in the hospitality industry</i>. Ed. Wiley. [Clásica]. Entre otro. 	2 horas
UNIDAD II				
2	Gerencia General	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para exponer las funciones de la Gerencia General. 2. Forman equipos. 3. Investigan el tema. 4. Presentan ante el grupo. 5. Incluyen un caso de estudio. 6. La clase participa en la resolución del caso 7. Presentan ante el grupo y profesor y reciben retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Cañón. • Internet. • Software PowerPoint, Prezi, Canva u otra. • Recursos bibliográficos. 	4 horas
3	Recursos Humanos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para exponer las funciones del Departamento de Recursos Humanos. 2. Forman equipos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Cañón. • Internet. • Software PowerPoint, Prezi, Canva u otra. 	4 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Investigan el tema. 4. Presentan ante el grupo. 5. Incluyen un caso de estudio. 6. La clase participa en la resolución del caso 7. Presentan ante el grupo y profesor y reciben retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos. 	
4	Departamento de Recursos Humanos y el Código Ético Mundial para el Turismo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para analizar los principios del Art. 9. Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico. 2. El docente publica un foro con el tema. 3. Los estudiantes participan de manera individual interactuando con los compañeros y profesor. 4. El profesor evalúa la participación de los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Cañón. • Internet. • Recursos bibliográficos: Código Ético Mundial para el Turismo por la OMT. 	2 horas
UNIDAD III				
5	Contraloría	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para exponer las funciones del Departamento de Contraloría. 2. Forman equipos. 3. Investigan el tema. 4. Presentan ante el grupo. 5. Incluyen un caso de estudio. 6. La clase participa en la resolución del caso 7. Presentan ante el grupo y profesor y reciben retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Cañón. • Internet. • Software PowerPoint, Prezi, Canva u otra. • Recursos bibliográficos. 	6 horas

6	Ventas y Mercadotecnia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para exponer las funciones del Departamento de Ventas y Mercadotecnia. 2. Forman equipos. 3. Investigan el tema. 4. Presentan ante el grupo. 5. Incluyen un caso de estudio. 6. La clase participa en la resolución del caso 7. Presentan ante el grupo y profesor y reciben retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Cañón. • Internet. • Software PowerPoint, Prezi, Canva u otra. • Recursos bibliográficos. 	6 horas
UNIDAD IV				
7	Tendencias en las empresas de hospedaje.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para investigar las tendencias de la gestión de las empresas de hospedaje en el mundo. 2. Elabora una infografía. 3. Incluye los pros y cons. 4. Entrega reporte. 5. Reciben retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Cañón. • Internet. • Software para crear infografía. • Recursos bibliográficos 	2 horas
8	Trabajo final: Tecnologías de la información en las empresas de hospedaje.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para investigar las funciones de las TICs en empresas de hospedaje. 2. Forman equipos. 3. Investigan el tema de forma teórica. 4. Seleccionan un hotel de la ciudad de 4 estrellas o más. 5. Solicita oficio a Subdirección para presentación ante empresa. 6. Investigan el tema en el hotel seleccionado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio visita a empresa. • Computadora. • Cañón. • Internet. • Software PowerPoint, Prezi, Canvas u otra. • Recursos bibliográficos. 	6 horas

		<ol style="list-style-type: none">7. Contrastan los hallazgos plasmándolos en un documento, utilizando alguna herramienta como PowerPoint, Prezi, Canvas u otra.8. Presentan ante el grupo y profesor.9. Reciben retroalimentación.		
--	--	---	--	--

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Visita a hotel: Funciones de Gerencia General y recorrido por instalaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita. 2. Se elige un hotel. 3. Se solicita plática con el Gerente General y recorrido por las instalaciones. 4. Se solicita oficio de visita a empresa a la Secretaria de la Subdirección. 5. El Oficio es aprobado por la Subdirección. 6. El día de la visita, el alumno acude con vestimenta formal casual. 7. Los alumnos y profesor se desplazan por su cuenta hacia el hotel elegido. 8. Llegan 10 minutos antes del inicio de la visita. 9. Siguen los protocolos del hotel y de la Universidad. 10. Durante la plática y recorrido toman notas y fotos (previa autorización), así mismo hacen preguntas 11. Se solicita a la empresa que reciba oficio y firme y selle copia 12. Los alumnos agradecen la atención recibida. 13. Se regresa a las instalaciones de la Facultad para continuar 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicita oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes. • Pluma. • Cámara (celular) 	2 horas

		<p>con otras clases (en caso de lunes a viernes).</p> <p>14. Se entrega copia del oficio a la secretaría de la Subdirección.</p> <p>15. Los alumnos entregan reporte al profesor para su revisión y retroalimentación.</p>		
2	<p>Visita a hotel: Funciones de Gerencia de Recursos Humanos y recorrido por instalaciones.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita. 2. Se elige un hotel. 3. Se solicita plática con el Gerente de Recursos Humanos y recorrido por las instalaciones. 4. Sigue el resto de las instrucciones de la práctica #1. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes. • Pluma. • Cámara (celular) 	2 horas
UNIDAD III				
3	<p>Visita a hotel: Funciones de Gerencia de Contraloría y recorrido por instalaciones.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita. 2. Se elige un hotel. 3. Se solicita plática con el Contralor y recorrido por las instalaciones. 4. Sigue el resto de las instrucciones de la práctica #1. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicita oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes. • Pluma. • Cámara (celular) 	2 horas
4	<p>Visita a hotel: Funciones de Gerencia de Ventas y Mercadotecnia y recorrido por instalaciones. (1ra. visita)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita. 2. Se elige un hotel. 3. Se solicita plática con el Gerente de Ventas y Mercadotecnia y recorrido por las instalaciones. 4. Sigue el resto de las instrucciones de la práctica 1. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicita oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes. • Pluma. • Cámara (celular) 	2 horas

5	<p>Visita a hotel: Funciones de Gerencia de Ventas y Mercadotecnia y recorrido por instalaciones. (2da. visita)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita. 2. Se elige un hotel. 3. Se solicita plática con el Gerente de Ventas y Mercadotecnia y recorrido por las instalaciones. 4. Sigue el resto de las instrucciones de la práctica #1. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicita oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes. • Pluma. • Cámara (celular) 	2 horas
UNIDAD IV				
6	<p>Visita a hotel: Plática-demostración del funcionamiento del Sistemas de Gestión Hotelera (Property Management System -PMS) OPERA.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita. 2. Se elige un hotel que utilice el PMS OPERA. 3. Se solicita plática-demostración de su funcionamiento 4. Sigue el resto de las instrucciones de la práctica #1. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicita oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes. • Pluma. • Cámara (celular) 	3 horas
7	<p>Visita a hotel: Plática-demostración del funcionamiento del Sistemas para la comercialización: GDS (<i>Global Distribution System</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para llevar a cabo la visita. 2. Se elige un hotel que utilice un GDS. 3. Se solicita plática-demostración de su funcionamiento. 4. Sigue el resto de las instrucciones de la práctica 1. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicita oficio para visitar empresa. • Libreta para apuntes. • Pluma. • Cámara (celular) 	3 horas

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
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Retroalimentar
- Evaluar el aprendizaje
- Asesoría en prácticas de taller y de campo

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Reportes técnicos
- Cuadros comparativos
- Prácticas de taller y campo

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%
- Exposiciones	10%
- Participación.....	10%
- Talleres.....	20%
- Prácticas de campo.....	20%
- Trabajo de investigación final.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
Barrows, C. W., Powers, T. & Reynolds, D. (2011). <i>Introduction to management in the hospitality industry</i> . Wiley. [clásica].	Feedspot (15 de marzo de 2021). <i>Top 15 Hotel Magazines & Publications To Follow in 2021</i> . Recuperado de https://blog.feedspot.com/hotel_magazines/
Bojanic, D. & Reid, R. (2016). <i>Hospitality marketing management</i> . (6 th ed.) Wiley.	Hinkin, T.R. (2014). <i>Cases in Hospitality Management: A Critical Incident Approach</i> . (2 nd ed.). Wiley. [clásica].
Dopson, L.R. & Hayes, D.K. (2016). <i>Managerial accounting for the hospitality industry</i> . (2 nd ed.). Wiley.	Hotelogix. (4 de marzo 2020). <i>Las 10 principales tendencias de tecnología hotelera que debe aprovechar</i> . https://www.hotelogix.com/es/blog/2020/03/04/las-10-principales-tendencias-de-tecnologia-hotelera-que-debe-aprovechar
Dopson, L.R. & Hayes, D.K. (2019). <i>Food and beverage cost control</i> . (7 th ed.) Wiley.	Michelli J.A. (2008) <i>The New Gold Standard: 5 Leadership Principles for Creating a Legendary Customer Experience Courtesy of the Ritz-Carlton Hotel Company</i> . McGraw Hill. [clásica].
García, R. (2 de enero de 2020). <i>Tendencias tecnológicas y de marketing en hoteles en 2020</i> . Aprende Turismo.Org. https://www.aprendedeturismo.org/tendencias-tecnologicas-y-de-marketing-en-hoteles-en-2020/	
Gray, W. & C. Liguori, S. (2012). <i>Hoteles y moteles: administración y funcionamiento</i> . Trillas S.A. de C.V. [clásica].	
Hammer J. (2016). <i>Revenue Super Star: the simple rules of hotel revenue management</i> .	
Hayes, D.K. & Ninemeier, J.D. (2015). <i>Human Resources Management in the Hospitality Industry</i> . (2 nd ed.). Wiley.	
Kanani R.B. (2017). <i>A wealth of insight: the world's best luxury hoteliers on leadership, management, and the future of 5-star hospitality</i> . Black Truffle Press.	
McGuire, K.A. & Wood Jr. D.E. (2016). <i>The analytic hospitality executive: implementing data analytics in hotels and casinos</i> . (5 th ed.). Wiley.	

Organización Mundial del Turismo. (2001). *Código ético mundial para el turismo*.
<https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>

Reynolds, D.R., Rahman, I. & Barrows, C.L. (2021). *Introduction to Hospitality Management*. Wiley.

Solomon, M. (2016). *The Heart of Hospitality: Great Hotel and Restaurant Leaders Share Their Secrets*. New York. Select Books Inc.

Stutts, A. & Wortman, J. (2015). *Hotel and Lodging Management: An Introduction*. (2nd ed.). Wiley.

Tan, H.T. & Dwyer, L. (2014). *Managing Distribution Channel Conflict in the Hotel Industry*. [Clásica].
https://www.researchgate.net/publication/266382399_Managing_Distribution_Channel_Conflict_in_the_Hotel_Industry

Walker, J.R. (2020). *Supervision in the Hospitality Industry*, (9th ed.). Wiley.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje la unidad de aprendizaje Gestión de Empresas de Hospedaje deberá contar con título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística o Licenciado en Hotelería o área afín. Con experiencia profesional en la operación, administración y tecnologías aplicables en hotelería. Preferentemente, con posgrado en área afín y experiencia docente. Ser proactivo, analítico, fomentar el trabajo en equipo y espíritu de servicio.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

- 1. School:** Accounting and Business Mexicali and Tourism and Marketing Tijuana
- 2. Major:** B. A. in Tourism Business Administration
- 3. Study Program:** 2021-2
- 4. Learning Module Name:** Integrated Marketing Communication for Tourism Businesses
- 5. Number:**
- 6. CH:** 02 **WH:** 02 **LH:** 00 **FPH:** 00 **CLH:** 00 **EH:** 02 **CR:** 06
- 7. Stage:** Disciplinary
- 8. Module Type:** Compulsory
- 9. Course Enrollment Requirements:** None

Learning Module Design Team

Elizabeth Pérez Morales
Isabel Morteo Stolle
Ricardo Verján Quiñones

Approval of Assistant Dean (s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Date: March 12, 2021

II. PURPOSE OF LEARNING MODULE

The learning unit Integrated Marketing Communication for Tourism Businesses aims for the student to design a comprehensive marketing communication plan to increase the level of tourism promotion of companies and organizations in the tourism sector and destinations. In addition, it allows analyzing the environment to make decisions on effective communication strategies with leadership and teamwork. Finally, oral and written communication in English is developed. This subject is part of the disciplinary stage, it is mandatory, and corresponds to the area of knowledge: Marketing.

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

Design a comprehensive marketing communication plan in accordance with the needs of companies and organizations in the tourism sector to increase tourism promotion with leadership and teamwork.

IV. EVIDENCES OF LEARNING/ACHIEVEMENT

- Comprehensive communication plan in English for a tourist site, destination or product that includes the elements of comprehensive marketing communication.
- Formal presentation to decision makers through the linking unit.

V. UNIT DESCRIPTION
UNIT I. Comprehensive communication for the tourism business

Competency:

Identify the optimal comprehensive marketing communication strategies, by analyzing the environment of the tourism sector for tourism promotion in companies and organizations; with responsibility and understanding cultural differences.

Content:

Time Allotted: 8 hours

- 1.1. Background
- 1.2. The communication process
- 1.3. Traditional communication channels.
- 1.4. Contemporary communication channels.
- 1.5. Components of comprehensive marketing communication.
- 1.6. Particularities of communication in tourist services.
- 1.7. Digital platforms and electronic devices as communication tools for tourism companies.
- 1.8. Comprehensive communication trends associated with tourism.

UNIT II. Promotion

Competency:

Identify the main elements that characterize the various messages with adherence to the communication needs of the sector for tourism, promotion in companies and organizations with respect to the applicable regulations and understanding cultural differences.

Content:**Time Allotted:** 12 hours

- 2.1. Elements of tourism promotion for companies, organizations and destinations.
- 2.2. Determination of the target audience (market segmentation)
- 2.3. Objectives of the promotion.
- 2.4. Promotion strategies.
- 2.5. The message:
 - 2.5.1. for promotion of tourist destination.
 - 2.5.2. for promotion of tourist product.
 - 2.5.3. as sales incentives.
- 2.6. Promotion programs.

UNIT III. Development of a comprehensive communication plan (CCP)

Competency:

Design comprehensive marketing communication strategies through a media plan to increase the level of tourism promotion in companies and organizations of the sector with responsibility, leadership and understanding cultural differences.

Content:**Time Allotted:** 12 hours

- 3.1. Elements of the CCP plan.
- 3.2. Analysis of the situation
- 3.3. Design of CCP strategies.
 - 3.3.1 Formulation of an emerging strategy.
- 3.4. Develop a comprehensive media plan
 - 3.4.1 Objective
 - 3.4.2 Target audience
 - 3.4.3 Budget.
 - 3.4.4 Channel selection
 - 3.4.5 Programming
 - 3.4.6 Control and monitoring (adjustments in implementation)
 - 3.4.7 Evaluation.

VI. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT I				
1	Inventory of traditional and contemporary communication channels.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Make an inventory of communication channels. 2. Identify the advantages and disadvantages of each channel. 3. Evaluate the profile of the audience and the impact of the channel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	4 hours
2	Particularities of communication in tourist services	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identify what type of information a tourist requires. 2. Classify the required content. 3. Evaluate the offer vs. what you need. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	4 hours
UNIT II				
3	Determination of the target audience (market segmentation)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determine the target audience. 2. Size the target audience 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	4 hours
4	The message for promotion of tourist destination.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identify main elements of the message to promote the tourist destination 2. Defines the appropriate tone for the target audience of the message to promote the tourist destination 3. Select the channels to communicate the destination promotion 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	4 hours
5	The message for promotion of tourist product	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identify main elements of the message to promote the tourism product. 2. Define the appropriate tone for the target audience of the 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	4 hours

		<p>message to promote the tourism product.</p> <p>3. Select the channels to communicate the tourism product promotion.</p>		
6	The messages as sales incentives.	<p>1. Identify main elements of the sales incentive message.</p> <p>2. Set the appropriate tone for the target audience of the sales incentive message.</p> <p>3. Select the channels to communicate the sales incentive.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	4 hours
UNIT III				
7	Comprehensive media plan.	<p>1. Create a comprehensive media plan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aim • Target audience • Budget • Channel selection • Programming • Control and monitoring (adjustments in implementation) • Evaluation <p>2. The plan must be presented to decision makers through the linking unit.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	8 hours

VII. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework: The first day of class the teacher must establish the form of work, evaluation criteria, quality of academic work, rights and obligations for teacher and students.

Teaching strategies (teacher):

- Deconstruction of examples
- Exhibition technique
- Practical exercises
- Directs, supervises and provides feedback on workshop practices
- Encourages the active participation of students
- Review and evaluate reports of practices and activities

Learning strategies (student):

- Research
- Case study
- Teamwork
- Exhibitions
- Dramatizations
- Abstracts
- Do the workshop practices
- Actively participate in class
- Graphic organizer (mind maps, infographics, summary tables, etc.)
- Work individually, in a team and in a group
- Prepare and deliver activities in a timely manner

VIII. EVALUATION CRITERIA

The evaluation will be carried out permanently during the development of the course as follows:

Accreditation criteria

To be entitled to ordinary and extraordinary exam, the student must meet the attendance percentages established in the current School Statute.

Scaled from 0 to 100, with a minimum approval of 60.

Assessment criteria

-Performance of whorshops	60%
- Comprehensive communication plan	30%
- Presentation to the audience of the comprehensive communication plan	10%
Total100%

IX. Bibliography

Required

- Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., Wang, Y. (2019). *Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences*. New York: Routledge.
- Kolb, B. M. (2017). *Tourism marketing for cities and towns: Using social media and branding to attract tourists*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. Singapore: Pearson Education South Asia Pte.
- Morrison, A. M. (2018). *Marketing and managing tourism destinations*. London: Routledge.

Suggested

- Tsiotsou, R. y Goldsmith, R. (Eds.). (2012). *Strategic Marketing in Tourism Services*. United Kingdom: Emerald
- Walker, J. (2017). *Exploring the hospitality industry*. England: Pearson.

X. TEACHER PROFILE

The professor who lectures Integrated Marketing Communication for Tourism Businesses learning unit must have a Bachelor's degree in Tourism, Tourism Management and Marketing; preferably with certified English studies with a postgraduate degree related to business and teaching experience of two years. Be creative, analytical, precise and detailed so that it fosters a comprehensive vision for students.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Administración Estratégica
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

José Gabriel Ruiz Andrade
José Luis Hernández Villegas
Ricardo Verján Quiñones

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es el de contrastar un proceso administrativo estratégico para una empresa del sector turístico público. La utilidad de esta radica en que le permite al estudiante profundizar en el diagnóstico administrativo como herramienta de planeación, a través del trabajo colaborativo.

Se imparte en la etapa disciplinaria del programa educativo la Licenciado en Gestión Turística, con carácter obligatorio, pertenece al área de conocimiento Administración y no es requisito cursar una unidad de aprendizaje previa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Contrastar el proceso de administración estratégico, integrando el análisis de la situación actual de una empresa turística pública con los recursos y capacidades que posee, con el fin de identificar las estrategias más adecuadas, así como el proceso de seguimiento y control que debe darse para conseguir los objetivos de la organización de manera ordenada y con responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Desarrollar un plan estratégico para una organización turística pública en la que se exprese el procedimiento correspondiente.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Antecedentes de la administración estratégica

Competencia:

Analizar los antecedentes de la administración estratégica, a través de sus conceptos y evolución, con el fin de generar la base de las estrategias más adecuadas en la elaboración de un plan, así como el proceso de seguimiento y control que debe darse para conseguir los objetivos de la organización de manera ordenada con responsabilidad social.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1 Conceptos, evolución y teorías de la administración estratégica.
 - 1.1.1 Teoría de los recursos y capacidades
 - 1.1.2 Otras teorías
- 1.2 Modelos.
- 1.3 Beneficios de la implementación.
- 1.4 Revisión de misión, visión y objetivos.

UNIDAD II. Ventaja competitiva

Competencia:

Distinguir la ventaja competitiva, a través del diagnóstico como elemento del análisis de la situación actual de la empresa con los recursos y capacidades que posee, con el propósito de identificar las estrategias más adecuadas para conseguir los objetivos de la organización, de manera ordenada y con responsabilidad social.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 2.1 Diagnóstico: análisis interno y externo.
 - 2.1.1 Análisis de la misión, visión y objetivos.
 - 2.1.1.1 Herramientas de análisis de la misión, visión y objetivos.
 - 2.1.1.2 Determinación de capacidades.
- 2.2. Identificación de la ventaja competitiva.
- 2.3. Análisis estratégico de la empresa.
- 2.4. Conceptos de estrategias.
- 2.5. Tipos de estrategias.
- 2.6. Elección de la estrategia.

UNIDAD III. Diseño estructural

Competencia:

Desarrollar un proceso de administración estratégico, integrando el análisis de la situación actual de la empresa con los recursos y capacidades que posee, para identificar las estrategias más adecuadas al tipo de organización, de manera ordenada y con responsabilidad social.

Contenido:

- 3.1. Planes tácticos y operativos.
- 3.2. Tipos de organizaciones.
- 3.3. Equipos de trabajo de alto desempeño.

Duración: 8 horas

UNIDAD IV. Evaluación y control de la estrategia

Competencia:

Desarrollar un proceso de administración estratégico, integrando el análisis de la situación actual de la empresa con los recursos y capacidades que posee, con el fin de identificar las estrategias más adecuadas, así como el proceso de seguimiento y control que debe darse para conseguir los objetivos de la organización de manera ordenada y con responsabilidad social.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 4.1. Naturaleza de la evaluación de la estrategia.
- 4.2. Proceso para evaluar la estrategia.
- 4.3. Marco de referencia para evaluar la estrategia.
- 4.4. Sistemas de evaluación eficaces.
- 4.5. Selección del enfoque de mejora continua.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Modelos de administración estratégica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica modelos de administración estratégica. 2. Selecciona uno para elaborar un análisis. 3. Elabora un análisis de oportunidad de aplicación. 4. Propone un proceso de aplicación del modelo seleccionado. 5. Expone al grupo y recibe retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Hojas de papel. 	4 horas
UNIDAD II				
2	Ventaja competitiva.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica qué es una ventaja competitiva. 2. Selecciona una estrategia para fortalecerla. 3. Presenta la estrategia al grupo. 4. Compara y recibe retroalimentación por parte de sus compañeros y del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Hojas blancas. • Proyector. 	6 horas
UNIDAD III				
3	Planes tácticos y operativos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propone un plan táctico. 2. Propone el plan operativo. 3. Los presenta al grupo. 4. Recibe retroalimentación. 5. Realiza el ajuste a las propuestas iniciales. 6. Elabora la versión final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Hojas blancas. • Proyector. 	10 horas

UNIDAD IV				
6	Proceso para evaluar la estrategia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selecciona una estrategia. 2. Evalúa la pertinencia en términos de oportunidad de mejora. 3. Socializa la propuesta. 4. Recibe retroalimentación. 5. Integra elementos de las propuestas realizadas por el grupo. 6. Determina la estrategia final. 7. Entrega al docente para su evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Hojas blancas. • Proyector. 	12 horas

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
- Ejercicios prácticos
- Guía y evaluación de prácticas de taller.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- 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

- 4 evaluaciones parciales.....	40%
- 4 prácticas de taller.....	40%
- Plan estratégico para una organización turística pública.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Hernández, A. (2021). <i>Te explicamos qué es la administración estratégica</i>. Quickbooks.https://quickbooks.intuit.com/mx/recursos/crece-tu-negocio/administracion-estrategica/</p> <p>Hitt, M., Ireland, D., Hoskisson, R. (2019). <i>Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization 13th Edition</i>. Cengage Ed.</p> <p>Jones, G., Hill, C., Schilling, M. (2019). <i>Administración Estratégica. Teoría y Casos</i>. Décimo segunda edición. Cengage Learning.</p> <p>Rothaermel, F. (2020). <i>Strategic Management</i>. Mc. Graw Hill Ed.</p> <p>Thompson, A. (2019). <i>Administración Estratégica. Teoría y Casos</i>. Segunda Edición. Mc Graw Hill.</p>	<p>Blacutt Olmos, J. A. A. (2019). Las Nuevas tendencias de la Administración Estratégica. Un enfoque basado en la orientación a las competencias centrales, al mercado o a las actividades estratégicas. <i>Revista Perspectivas</i>, (43), 135-148.</p> <p>Calderón Aguirre, A., & Aranibar, M. F. (2020). Estilos de liderazgo en empresas restauranteras: el liderazgo transformacional como herramienta de administración estratégica para la competitividad. <i>Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación</i>, (agosto).</p> <p>Hill C., Schilling M., Jones, G. (2019). <i>Strategic Management: Theory & Cases: An Integrated Approach</i>. Mc Graw Hill Ed.</p> <p>Texeira, S. and Matos, J. (2019). <i>Multilevel Approach to Competitiveness in the Global Tourism Industry</i>. Pearson.</p> <p>Sánchez (2020). <i>Pensamiento estratégico, administración estratégica y gestión basada en el valor</i>. Editorial UNAD. https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/4024/4017</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Administración Estratégica debe contar con título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística, Mercadotecnia o Administración de Empresas; preferentemente con estudios de posgrado en área afín y dos años de experiencia docente. Ser proactivo, analítico y que fomente la reflexión en los estudiantes.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Equipo de diseño de PUA

Alejandro Zazueta Valenzuela
Freddy Sánchez Dávila
Juan Arturo Cedillo Marín

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es proporcionar las herramientas de gestión, conocimientos sobre los elementos de la oferta gastronómica interna y externa, normatividad vigente, elaboración de presupuestos, establecimiento de recetas estándar, protocolos y sobre el análisis de información obtenida mediante herramientas digitales; lo que al estudiante le permitirá diseñar y evaluar estrategias adaptadas al nivel de desarrollo de los establecimientos de alimentos y bebidas para generar una cultura de mejora continua. Se imparte en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar herramientas de gestión y calidad en un establecimiento de alimentos y bebidas, a partir de su desarrollo con base en la normatividad vigente, conceptos gastronómicos, estandarización y procedimientos, entre otros, para generar la efectividad y ventajas competitivas, con integridad y honestidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Proyecto que evalúe la operación y gestión del establecimiento de alimentos y bebidas mediante herramientas, métodos y técnicas elaborados por el alumno que incluya normatividad, costos, calidad en el servicio, evaluación de indicadores, generación de estrategias, entre otros, buscando la adaptación al concepto gastronómico.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Oferta gastronómica

Competencia:

Analizar las tendencias, desarrollo y elementos que integran a los establecimientos de alimentos y bebidas, mediante la evaluación de la distinta oferta gastronómica y modelos de negocio, para identificar áreas de oportunidad y mejora dentro del sector, con sentido crítico, analítico y responsable.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 1.1. Concepto de oferta gastronómica.
- 1.2. Tendencia y análisis de la oferta gastronómica.
 - 1.2.1 Identificación de los elementos de la oferta gastronómica de la competencia.
 - 1.2.2. Estudio de factibilidad.
- 1.3. Propuesta gastronómica.
 - 1.3.1. Determinación de concepto competitivo.
 - 1.3.2. Desarrollo de elementos de la oferta gastronómica.

UNIDAD II. Normatividad aplicada a una empresa de alimentos y bebidas

Competencia:

Distinguir la normatividad, reglamentación y tramites vigentes, mediante el uso de información oficial, para el legal establecimiento de un modelo de negocio de alimentos y bebidas, con honestidad, honradez y transparencia.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 2.1. Normatividad municipal.
- 2.2. Normatividad estatal.
- 2.3. Normatividad federal.
- 2.4. Gestión de la Norma Oficial Mexicana de buenas prácticas de higiene vigente.
- 2.5. Gestión y actualización en Norma mexicana y certificaciones vigentes.

UNIDAD III. Determinación del concepto gastronómico

Competencia:

Planificar el modelo de negocio e inversión inicial de un establecimiento de alimentos y bebidas, mediante el desarrollo de protocolos de servicio, selección de menú y presupuesto de gastos, para gestionar diversos elementos que integran el concepto y experiencia gastronómica, con efectividad, profesionalismo y veracidad.

Contenido:**Duración:** 3 horas

- 3.1. Definir la experiencia gastronómica.
 - 3.1.1. Desarrollo de protocolos de servicio al cliente.
 - 3.1.2. Selección y desarrollo del menú.
- 3.2. Descripción de instalaciones.
 - 3.2.1. Selección de equipo mayor y menor de cocina.
 - 3.2.2. Selección de utensilios y herramientas de cocina.
 - 3.2.3. Selección de mobiliario, equipo y utensilios de servicios.
- 3.3. Determinar la inversión inicial.
- 3.4. Presupuesto de gastos en una empresa de alimentos y bebidas.
 - 3.4.1. Presupuesto de gastos administrativos.
 - 3.4.2. Presupuesto de gastos operativos.
 - 3.4.3. Presupuesto de gastos de venta.
 - 3.4.4. Presupuesto de gastos financieros.

UNIDAD IV. Determinación de costos y precio de venta del menú

Competencia:

Calcular los costos que intervienen en la preparación de una receta estándar y establecer su correcto precio de venta, mediante la diferenciación de insumos, proveedores, rendimiento y gastos involucrados, para usar con efectividad los recursos en un establecimiento de alimentos y bebidas, con sentido crítico, analítico y sustentable.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 4.1. Estandarización de recetas de cocina y cocktail.
 - 4.1.1. Determinar los insumos necesarios.
 - 4.1.2. Selección de proveedores y marca de insumos.
 - 4.1.3. Análisis de los insumos.
 - 4.1.4. Cálculo de índice de utilidad y porcentaje de merma.
- 4.2. Costeo de receta estándar de cocina y cocktail.
 - 4.2.1. Costeo de insumos.
 - 4.2.2. Costos ocultos.
 - 4.2.3. Otros costos.
- 4.3. Determinación del precio de venta.
- 4.4. Ingeniería de menú

UNIDAD V. Protocolos en establecimientos de alimentos y bebidas

Competencia:

Formular protocolos en establecimientos de alimentos y bebidas, mediante el uso de metodologías de calidad enfocadas a satisfacer la experiencia gastronómica de los clientes, para establecer una cultura de mejora continua, con responsabilidad, compromiso e integridad.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 5.1. Desarrollo de estándares.
 - 5.1.1. De comedor/salón (FOH).
 - 5.1.2. De cocina (BOH).
- 5.2. Métricas de desempeño.
 - 5.2.1. Por puesto.
 - 5.2.2. Gestión.

UNIDAD VI. Establecer metas y objetivos empresariales

Competencia:

Generar indicadores de operación y gestión en establecimiento de alimentos y bebidas, mediante la obtención de información de ingresos y egresos, para establecer ventajas competitivas y efectividad en toma de decisiones, con profesionalismo, trabajo en equipo y tolerancia.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 6.1. Determinación de metas.
 - 6.1.1. Análisis de la información obtenida de fuentes digitales y secundarias.
 - 6.1.2. Meta de venta.
 - 6.1.3. Costo de operación.
- 6.2. Desarrollo del modelo SMART aplicados en empresas de alimentos y bebidas.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Determinación del concepto gastronómico competitivo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Busca información en fuentes secundarias. 3. Clasifica la oferta gastronómica por especialidad. 4. Desarrolla los elementos de la oferta gastronómica de 3 a 5 establecimientos de alimentos y bebidas. 5. Entrega un informe técnico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Lista verificación de elementos de la oferta gastronómica. 	4 horas
2	Taller de software especializado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Sigue los procedimientos del reglamento de laboratorio de cómputo. 3. Inicia con la creación de un usuario gerencial para el software. 4. Identifica las funciones básicas del software. 5. Guarda su base de datos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Software especializado. • Internet. 	2 horas
UNIDAD II				
3	Taller de normatividad vigente en buenas prácticas de higiene.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Sigue la normatividad vigente en buenas prácticas de higiene. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Lista de verificación. 	5 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Identifica los procedimientos, bitácoras y generalidades de la normatividad vigente en buenas prácticas de higiene. 4. Crea una lista de verificación de los procedimientos, bitácoras y generalidades de la normatividad vigente en buenas prácticas de higiene. 5. Aplica la lista de verificación de los procedimientos, bitácoras y generalidades de la normatividad vigente en buenas prácticas de higiene. 6. Realiza un informe técnico con los principales hallazgos. 		
UNIDAD III				
4	Desarrollo de los elementos de la oferta gastronómica.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Selecciona la especialidad gastronómica. 3. Identifica la ubicación. 4. Desarrolla los elementos de la oferta gastronómica. 5. Compara con su principal competidor el modelo de negocio. 6. Entrega reporte técnico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Tabla comparativa. 	4 horas
5	Cálculo de inversión inicial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Selecciona la especialidad gastronómica. 3. Identifica el costo de la renta 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Cotizaciones. • Tabla comparativa. 	5 horas

		<p>en su ubicación seleccionada.</p> <ol style="list-style-type: none"> Identifica el equipo mayor, menor, herramientas y utensilios de cocina. Identifica mobiliario, equipo y utensilio de comedor/salón. Selecciona y cotiza sus necesidades. Realiza reporte técnico con resultados. 		
6	Presupuestos y gastos.	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. Da seguimiento a información desarrollada en los talleres anteriores. Distribuye las áreas del establecimiento de alimentos y bebidas. Calcula los diferentes tipos de gastos. Realiza reporte técnico con resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora. Internet. Herramientas digitales. Sistema office. Información desarrollada con anterioridad. 	7 horas
7	Taller de software especializado "Menú y colaboradores"	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. Sigue los procedimientos del reglamento de laboratorio de cómputo. Abre su base de datos. Inicia sesión en el software con su usuario. Ingresa información solicitada sobre menú y colaboradores. Genera y almacena base de datos. 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora. Software especializado. Internet. Información solicitada para la práctica. 	4 horas

UNIDAD IV				
8	Estandarización de recetas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Estandariza el menú de su proyecto. 3. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 4. Selecciona una receta del menú. 5. Realiza el cálculo de índice de utilidad y porcentaje de merma. 6. Elabora el mise place de la especialidad seleccionada. 7. Realiza la preparación y sigue la receta estándar. 8. Evaluación del producto final. 9. Limpia el área de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Receta estándar. 	2 horas
9	Taller de software especializado "Insumos y modificadores"	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Sigue los procedimientos del reglamento de laboratorio de cómputo. 3. Abre su base de datos. 4. Inicia sesión en el software con su usuario. 5. Ingresa el precio, unidad de compra y porcentaje de merma de insumos para el costeo de la receta y los modificadores necesarios para la operación. 6. Genera y almacena la base de 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Software especializado. • Internet. • Información solicitada para la práctica. 	3 horas

		datos.		
10	Taller de software especializado. "Costeo de recetas y subrecetas"	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Sigue los procedimientos del reglamento de laboratorio de cómputo. 3. Abre su base de datos. 4. Inicia sesión en el software con su usuario. 5. Ingresa completamente los insumos costeados que integran las recetas y subrecetas estándar. 6. Genera y almacena base de datos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Software especializado. • Internet. • Información solicitada para la práctica. • Recetario. 	6 horas
UNIDAD V				
11	Métricas de desempeño y estandarización de procedimientos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Da seguimiento a información desarrollada en los talleres anteriores. 3. Desarrolla la estandarización de protocolos en comedor/salón y cocina que fortalezcan la experiencia del cliente. 4. Desarrolla diferentes métricas de desempeño y gestión que apoyen en la dirección y control del establecimiento. 5. Realiza reporte técnico con resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Herramientas digitales. • Sistema office. • Información desarrollada con anterioridad. 	4 horas
UNIDAD VI				

12	Taller de software especializado. "Almacén, inventario y reportes"	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Sigue los procedimientos del reglamento de laboratorio de cómputo. 3. Abre su base de datos. 4. Inicia sesión en el software con su usuario. 5. Genera información sobre almacén, inventario, reportes de ventas y utilidades para obtener indicadores. 6. Almacena base de datos. 7. Desarrolla estrategias basadas en la información generada por el software. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Software especializado. • Internet. • Información solicitada para la práctica. 	2 horas
----	---	--	--	---------

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):

- Método de proyectos
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Asesoría en talleres
- Uso de herramientas digitales y software especializado

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Informes técnicos
- 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

- 1 Examen parcial teórico.....	10%
- 1 Examen parcial practica software.....	10%
- Casos prácticos y exposiciones.....	10%
- Tareas y actividades en clase.....	10%
- Talleres.....	20%
- Proyecto de gestión.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
Cooper, B., Floody, B., & McNeill, G. (2002). <i>Cómo iniciar y administrar un restaurante</i> . Colombia: Editorial Norma. [clásica].	Blokdyk, G. (2018). <i>Menu engineering: Standard requirements</i> . United States of America: CreateSpace Independent Publishing Platform.
Dopson, L y Hayes, D. (2019). <i>Food and beverage cost control</i> (7th ed.), United States of America: John Wiley & Sons.	Bolaños. M. C. (2013). <i>Diseño de menús para servicios de alimentos: El método escalerilla</i> . Costa Rica: Editorial MSC. [clásica].
Feijoó, J. L., Garcia, M. L., & Degrossi, M. C. (2009). <i>Alimentos y bebidas: su gerenciamiento en hoteles y restaurantes</i> . Argentina: Ugerman Editor. [clásica].	Cuevas, F. (2004). <i>Control de costos y gastos en los restaurantes</i> . México: Editorial Limusa. [clásica].
Felipe, G. J. (2002). <i>Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes</i> . España: Editorial Paraninfo. [clásica].	Gómez, E. (2002). <i>Higiene en alimentos y bebidas</i> . México: Editorial Trillas. [clásica].
Pratim, S. P. (2017). <i>Food and beverage management</i> . United States of America: Oxford University Press.	Morfín, M. D. C. (2009). <i>Administración de comedor y bar</i> . México: Editorial: Trillas. [clásica].
Riquelme, R. (2019). <i>Revenue management para restaurants</i> . Peru: Editorial Saxo.	Vera, R. R. (2012). <i>Costos aplicados en hotelería, alimentos y bebidas</i> . Colombia: Ecoe Ediciones. [clásica].
S.A. (2020). <i>Food & beverage magazine</i> . Recuperado de https://www.fb101.com/category/restaurants/	
Singaravelavan R. (2016). <i>Food and beverage service</i> (2d ed.). United States of America: Oxford University Press.	

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta asignatura deber tener título de licenciatura en turismo, gestión turística, gastronomía o afín, administrador de empresas, preferentemente con posgrado, con mínimo 4 años de experiencia en: puestos de mandos medio-alto o gerenciales, uso de herramientas digitales, inauguraciones/emprendimiento de negocios gastronómicos, proceso de mejora continua en un establecimiento de alimentos y bebidas, costeo de menú y toma de decisiones basadas en indicadores financieros. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Dirección y Organización de Eventos
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 01 HL: 00 HPC: 02 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Logística y Operación de Eventos

Equipo de diseño de PUA

Martha Ofelia Lobo Rodríguez
Ario Refugio Estrada Gaxiola
Sulema de Jesús Reyes Fonseca

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 17 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es ofrecer herramientas para dirigir y organizar eventos conforme el proceso administrativo acorde a las características y necesidades del mismo. La utilidad de esta radica en que le permite al estudiante desarrollar eventos de forma profesional, trabajando en equipo de manera multidisciplinaria.

Se imparte en la etapa disciplinaria en la licenciatura de Gestión Turística, con carácter obligatoria, pertenece al área de conocimiento de gestión turística y se requiere cursar previamente la unidad de aprendizaje de Operación y Logística de Eventos.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar eventos de impacto en el sector turístico, utilizando el proceso administrativo y estrategias de mercadotecnia para su comercialización, con la finalidad de asegurar un servicio de calidad al cliente, con alto sentido de responsabilidad, honestidad y compromiso social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Reporte del desarrollo de un evento desde la conceptualización, operacionalización y control del mismo, con propuesta de mejora.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Mercado de eventos

Competencia:

Diferenciar los tipos de eventos, a partir de su clasificación, con el propósito de determinar un evento acorde a los objetivos de una organización, definiéndose con ética y responsabilidad social.

Contenido:

- 1.1 Tipos de Eventos
- 1.2 Clasificación de eventos según el tipo de mercado
- 1.3 Organizador de eventos profesionales

Duración: 1 hora

UNIDAD II. Planeación de eventos

Competencia:

Desarrollar un evento, a través del proceso de planeación de eventos, con la finalidad de determinar la viabilidad del mismo, mostrando actitud responsable, honesta y con trabajo colaborativo.

Contenido:

- 2.1 Objetivo del evento
- 2.2 Alcance del evento
- 2.3 Factibilidad del evento
- 2.4 Recinto y sede
- 2.5 Proveedores
- 2.6 Presupuesto
- 2.7 Necesidades del evento
- 2.8 Cronograma del evento

Duración: 8 horas

UNIDAD III. Organización de eventos

Competencia:

Organizar de manera efectiva y eficiente los recursos disponibles para la realización de eventos, utilizando métodos de distribución de funciones, con el propósito de atender y satisfacer las características del mismo, con sentido de responsabilidad, comunicación y trabajo en equipo.

Contenido:

- 3.1 Diseño y estructura organizacional
- 3.2 Distribución de autoridad

Duración: 2 horas

UNIDAD IV. Mezcla de promoción en eventos

Competencia:

Diseñar la comercialización y tráfico de un evento, a través de la mezcla de promoción, para obtener el máximo beneficio del mismo, de manera profesional y honesta.

Contenido:

- 4.1 Publicidad
- 4.2 Venta personal
- 4.3 Relaciones públicas
- 4.4 Marketing Digital

Duración: 2 horas

UNIDAD V. Dirección de eventos

Competencia:

Ejecutar las actividades que se requieren para un evento, a partir del proceso de planeación, con el propósito de realizarlo de forma eficiente, con responsabilidad, liderazgo y trabajo colaborativo.

Contenido:

Duración: x horas

- 5.1 Estrategias para incrementar la productividad en la organización de eventos.
- 5.2 Liderazgo en la dirección de eventos
- 5.3 Comunicación en la dirección de eventos
- 5.4 Motivación en la dirección de eventos
- 5.5 Trabajo en equipo en la dirección de eventos

UNIDAD VI. Control y evaluación de eventos

Competencia:

Recabar información que mida el desempeño en eventos, mediante herramientas para conocer la opinión de los participantes, con el propósito de satisfacer las necesidades de los involucrados, mostrando actitud responsable, objetiva y crítica.

Contenido:

Duración: 1 horas

- 6.1 Diseño de la evaluación.
- 6.2 Grado de cumplimiento del objetivo.
- 6.3 Programas ejecutados correctamente.
- 6.4 Toma de la muestra.
- 6.5 Cumplimiento de estrategias planteadas.
- 6.6 Análisis de los resultados obtenidos.
- 6.7 Toma de decisiones preventivas y correctivas.
- 6.8 Resultado final.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Tipo de eventos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar los diferentes tipos de eventos y sus características. 2. Trabaja de manera individual 3. Identifica los diferentes tipos de eventos que existen y sus características. 4. Realiza cuadro sinóptico con diferentes tipos de eventos y sus características. 5. Identifica el tipo de evento al que corresponde el evento que realizarán. 6. Entrega el cuadro sinóptico al docente para su revisión y retroalimentación. 7. Corrige observaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lectura • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	1 hora
2	Características y habilidades de un Organizador Profesional de eventos (OPC)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar las características y habilidades de un OPC. 2. Trabaja de manera individual. 3. Identificar las características y habilidades que debe tener un experto en planeación y organización de eventos. 4. Realiza ensayo con 5 características y 5 habilidades que debe tener un OPC. 5. Entrega ensayo a docente para su revisión y retroalimentación. 6. Corrige observaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lectura • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	1 hora

UNIDAD II				
3	Perfil de participantes en eventos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa la presentación del proceso de planeación de eventos. 2. Se reúne en equipo. 3. A partir de la lectura, realiza en equipo el ejercicio de perfil de participantes a un evento, en el cual debe identificar el perfil de cada participante que se requiere en el evento que realizará al final del curso. 4. El representante del equipo debe enviar ejercicio al docente. 5. Esta información se revisará y comentará para retroalimentación grupal en la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	1 hora
4	Resumen ejecutivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa la presentación del proceso de planeación de eventos. 2. Se reúne en equipo. 3. Revisa los ejemplos de resumen ejecutivo proporcionados en la presentación del curso. 4. A partir de la lectura y los ejemplos, realiza en equipo el resumen ejecutivo del evento a realizar, el cual debe responder a las preguntas que se mencionan en la presentación. 5. El representante del equipo debe enviar ejercicio al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	1 hora

		6. Esta información se revisará y comentará para retroalimentación grupal en la clase.		
5	Factibilidad para realizar un evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa la presentación del proceso de planeación de eventos en la sección de estudio de factibilidad. 2. Se reúne en equipo. 3. Resuelve en equipo el caso práctico de expo mecánica, siguiendo las instrucciones del mismo. 4. Utiliza como ejemplo la estructura del caso práctico de expo mecánica, para realizar estudio de factibilidad del evento que desarrollaran 5. El representante del equipo debe enviar ejercicio al docente para su revisión y retroalimentación. 6. Corrige observaciones. 7. Presenta ante el grupo y docente la propuesta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	6 horas
UNIDAD III				
6	Organigrama del evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa la presentación de la organización de eventos. 2. Se reúne en equipo. 3. Revisa los ejemplos de organigrama y funciones proporcionados en la presentación del curso. 4. A partir de la lectura y los ejemplos, realiza en equipo el organigrama del evento a realizar, el cual debe contener; 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. • Rotafolio 	2 horas

		<p>perfil, actividades, responsabilidades y orden jerárquico.</p> <p>5. Elabora en equipo un reglamento interno de colaboración.</p> <p>6. El representante del equipo debe enviar ejercicio al docente.</p> <p>7. Esta información se revisará y comentará para retroalimentación grupal en la clase.</p>		
7	Cronograma y check list	<p>1. Revisar la presentación de logística y operación de eventos.</p> <p>2. Se reúne en equipo.</p> <p>3. Revisa los ejemplos de cronograma y check list proporcionados en la presentación del curso.</p> <p>4. A partir de la lectura y las características de su evento, realiza en equipo el cronograma y check list del evento a realizar, el cual debe contener todas las actividades necesarias para el desarrollo del evento.</p> <p>5. El representante del equipo debe enviar ejercicio al docente.</p> <p>6. Esta información se revisará y comentará para retroalimentación grupal en la clase.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. • Rotafolio 	1 hora
UNIDAD IV				

8	Campaña de promoción de un evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar la presentación de comercialización y tráfico de un evento. 2. Se reúne en equipo. 3. Revisa los ejemplos de cartas para patrocinadores y expositores proporcionados en clase. 4. A partir de la lectura y los ejemplos, realiza en equipo la campaña de promoción que utilizará en el evento a realizar, el cual debe contener la propuesta de imagen del evento. 5. Realiza formato de carta para expositores y patrocinadores. 6. El representante del equipo debe enviar ejercicio al docente. 7. Esta información se revisará y comentará para retroalimentación grupal en la clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. • Rotafolio 	3 horas
---	-----------------------------------	--	--	---------

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Investigación de campo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para elaborar el 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase 	2 horas

		<p>diseño de investigación del mercado establecido.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Se reúne en equipo. 3. Analiza la población y determina la muestra a analizar. 4. Elige las técnicas e instrumentos para recolección de datos del mercado seleccionado. 5. Diseña el instrumento de recolección de datos. 6. Establece procedimiento de recolección y análisis de datos. 7. Escribe el reporte con los principales gustos y necesidades del mercado seleccionado y lo entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo. • 	
2	Selección de recinto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa la presentación del proceso de planeación de eventos en la sección de estudio de factibilidad. 2. Se reúne en equipo. 3. Identifica las características que debe tener el recinto para el evento a realizar. 4. Enumera tres opciones de recinto. 5. Realiza la visita de tres diferentes opciones de recinto. 6. Realiza análisis de cada uno de ellos y elige el que se adapte mejor a las necesidades del evento. 7. El representante del equipo debe enviar reporte de análisis y selección de recinto al 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	2 horas

		<p>docente para su revisión y retroalimentación.</p> <p>8. Corrige observaciones.</p>		
3	Cotizaciones / presupuesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa la presentación del proceso de planeación de eventos en la sección de estudio de factibilidad. 2. Se reúne en equipo. 3. Identifica los productos y servicios que requiere contratar para la realización del evento. 4. Realiza visita a mínimo tres proveedores por producto o servicio. 5. Solicita cotizaciones. 6. Realiza concentrado de cotizaciones-presupuestos y hace análisis de cada una de ellas. 7. El representante del equipo debe enviar reporte de análisis y selección de proveedores al docente para su revisión y retroalimentación. 8. Corrige observaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	2 horas
UNIDAD III				
4	Croquis del evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se reúne en equipo. 2. Revisa las necesidades del evento. 3. Visita las instalaciones del recinto seleccionado. 4. Realiza el croquis de distribución del evento. 5. El representante del equipo debe enviar propuesta de croquis del evento al docente para su revisión y 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. • Software de diseño. 	2 horas

		retroalimentación.		
5	Permisos del evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se reúne en equipo. 2. Revisa el proceso de planeación del evento que van a desarrollar. 3. Identifica los trámites que requiere para el permiso 4. Realiza gestiones en las dependencias y oficinas que corresponden 5. Da seguimiento a gestiones. 6. Obtiene los permisos correspondientes. 7. El representante del equipo debe enviar reporte de gestión y trámites de permisos al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	4 horas
UNIDAD IV				
6	Comercialización del evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se reúne en equipo. 2. Revisa la estrategia de comercialización del evento que se plantearon en las horas taller. 3. Realiza los contactos para llevar a cabo la comercialización del evento. 4. Realiza oficios que se requieren. 5. Realiza visitas para comercialización. 6. Da seguimiento a las gestiones de comercialización. 7. El representante del equipo debe enviar reporte de gestión y avances de venta y comercialización del evento al 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. • Software de diseño. 	4 horas

		docente para su revisión y retroalimentación.		
7	Promoción del evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se reúne en equipo. 2. Revisa la estrategia de promoción del evento que se plantearon en las horas taller. 3. Realiza la operación de la campaña de promoción. 4. Da seguimiento a las gestiones para las actividades de promoción. 5. Realiza reporte de actividades de promoción. 6. El representante del equipo debe enviar reporte al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. • Software de diseño. 	4 horas
UNIDAD IV				
8	Cierre de negociación con involucrados en el evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se reúne en equipo. 2. Revisa el reporte de gestión y avances de venta y comercialización del evento al docente para su revisión y retroalimentación. 3. Da seguimiento a las gestiones. 4. Realiza el cierre de venta con expositores, patrocinadores y el resto de usuarios involucrados en la comercialización del evento. 5. Realiza reporte de ventas y comercialización. 6. El representante del equipo debe enviar reporte de comercialización al docente para su revisión y 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	4 horas

		retroalimentación.		
9	Equipo de trabajo durante evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se reúne en equipo. 2. Revisa el check list del evento y los reportes de comercialización y venta. 3. Realiza distribución de actividades del equipo de trabajo durante el evento, esto en congruencia con el organigrama y las características del evento. 4. Desarrolla propuesta de comunicación para el equipo de trabajo. 5. Determina los roles de los líderes de área durante el evento. 6. El representante del equipo debe enviar reporte al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. 	2 horas
UNIDAD VI				
10	Evaluación del evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se reúne en equipo. 2. Realiza diseño de encuesta para medir satisfacción de usuarios del evento. 3. Determina la muestra para aplicación de encuesta. 4. Aplica la encuesta a usuarios. 5. Realiza análisis de resultados. 6. Presenta resultados de evaluación del evento con propuesta de mejora. 7. El representante del equipo debe enviar reporte de gestión y trámites de permisos al 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Presentación de clase • Equipo de cómputo. • Software de SPSS 	6 horas

		docente para su revisión y retroalimentación. 8. Presenta ante el grupo y docente la propuesta.		
--	--	--	--	--

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
- Ejercicios prácticos
- Guía y retroalimenta prácticas de taller.
- Asesora prácticas de campo.
- Evalúa el aprendizaje de los estudiantes.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos
- Prácticas de taller.
- Realiza prácticas de campo (evento)

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.
- Realizar en equipo el desarrollo de un evento de impacto en el sector turístico.

Criterios de evaluación

- 2 evaluaciones parciales.....	10%
- Prácticas de campo.....	20%
- Prácticas de Taller.....	10%
- Desarrollo de evento.....	60%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>De la Serna M. y Escudero, M. (2017). <i>Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones</i>. Síntesis.</p> <p>Kimball, C., I., & Flanagan, L. (2021). <i>Start Your Own Event Planning Business: Your Step-By-Step Guide to Success</i>. (4a ed.). Gildan Media Corporation.</p> <p>Navarro, L. (2018). <i>Planificación, organización y control de eventos</i>. ICE</p> <p>Ortega, C. & Izaguirre, M. (2010). <i>Los eventos funciones y tendencias</i>. Universidad de Deusto Bilbao. http://www.deustopublicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio39.pdf</p> <p>Roca Prats, J. (2015). <i>Planificación, organización y control de eventos</i>. Paraninfo.</p> <p>Soto, M. (2015). <i>Comercialización de eventos</i>. Elearning.</p>	<p>Buendía, J. (2009). <i>Organización de Reuniones, Convenciones, Congresos, Seminarios</i>. Trillas. [clásica].</p> <p>Centenero, M. (2019). <i>Marketing digital</i>. Síntesis.</p> <p>Daft, R. (2015). <i>Teoría y diseño Organizacional</i>. Cengage Learning.</p> <p>M. (2020, 25 septiembre). <i>¿Cómo organizar un evento digital? - Agencia</i>. MT Consulting. https://www.mtconsulting.es/proyectos/como-organizar-evento-digital</p> <p>Nardone, A. (2015). <i>Turismo de reuniones: Mercado, marketing y gestión de destinos</i>. Ugerman.</p> <p>Rodríguez, A. (2018). <i>Relaciones Públicas y organización de eventos</i>. Síntesis.</p> <p>Yarto, E. (2017). <i>Turismo de reuniones, convenciones, incentivos, congresos y exposiciones</i> (3ª ed.). Editorial Trillas.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje debe poseer un título de Licenciatura en Turismo o área afín, de preferencia con posgrado, con experiencia laboral y docente en dirección y organización de eventos mínima de 2 años, con habilidades en organización y ejecución de eventos que fomenten el liderazgo y trabajo colaborativo en los estudiantes.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Producto Turístico
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Alejandro Zazueta Valenzuela
Elizabeth Pérez Morales
Omaira Cecilia Martínez Moreno

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es realizar el diseño de un plan de negocios de un producto o experiencia turística mediante el aprovechamiento de recursos patrimoniales, atractivos y servicios de una región, utilizando el diagnóstico para identificar áreas de oportunidad de negocio, metodologías para el desarrollo de productos turísticos, estrategias de comercialización para el desarrollo social, económico y ambiental del destino turístico.

Se imparte en la etapa Disciplinaria con carácter Obligatoria y pertenece al área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar el plan de negocios de un producto turístico, a través de la unión de diferentes metodologías que aseguren el uso sustentable de los recursos patrimoniales existentes en un sitio, destino o región, para contribuir a la satisfacción de los visitantes y la comunidad local, fomentando el trabajo colaborativo, la empatía y el respeto

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Diseña un plan de negocios para un producto turístico nuevo o en la innovación de uno existente centrado en la vocación de destino.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Vocación del destino turístico

Competencia:

Definir la vocación del destino turístico, a partir de la identificación de sus atractivos, productos e infraestructura, para incluirla como insumo en el diseño del producto, con actitud analítica, responsable y sostenible.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Inventario del destino turístico.
 - 1.1.1. Atractivos turísticos.
 - 1.1.2. Productos y servicios.
 - 1.1.3. Infraestructura y conectividad.
- 1.2. Identificar los elementos de la cadena de valor turística.
- 1.3. Diagnóstico de la vocación turística del destino.

UNIDAD II. Fundamentos al producto turístico

Competencia:

Analizar los fundamentos del producto, a partir de la identificación de los tipos y metodologías que definen el desarrollo de productos y experiencias turísticas, para favorecer su diseño y medir su impacto, con actitud reflexiva, creativa y responsabilidad social.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. Definición de producto y experiencia turística.
- 2.2 Tipos de productos turísticos. (productos de co-creación comunitaria)
- 2.3 Componentes que integran un producto turístico.
- 2.4 Metodología para la innovación de un producto turístico
- 2.5 Metodología para la creación de un producto turístico.
- 2.6 Metodología para la creación de una experiencia turística.
- 2.7 Casos de éxito de productos/experiencias turísticas.
- 2.8. Impactos ambientales, económicos y sociales en la comunidad receptora.
 - 2.8.1 Metodología para la medición de la percepción del producto turístico.

UNIDAD III. Segmentación y comercialización de productos turísticos

Competencia:

Realizar la segmentación, creación de perfil del consumidor y medición de la potencialidad del mercado turístico, mediante el uso de la metodología de segmentación, para diseñar las estrategias de comercialización, distribución y ventas acordes al producto-mercado, con innovación, ética profesional y actitud analítica.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 3.1 Segmentación de mercado turístico.
 - 3.1.1. Identificar el segmento de mercado.
 - 3.1.2. Creación del perfil del consumidor.
 - 3.1.3. Medición de potencialidad del mercado turístico.
- 3.2. Comercialización.
 - 3.2.1. Estrategias de comercialización y ventas.
 - 3.2.2. Estrategias de distribución.

UNIDAD IV. Proyecciones financieras del producto turístico

Competencia:

Elaborar proyecciones financieras costo-utilidad del producto turístico, a partir de la utilización de herramientas financieras, para garantizar la viabilidad y rentabilidad del producto en el mercado objetivo, con actitud crítica, responsable y con un enfoque sostenible.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 4.1. Fijación de precios.
- 4.2. Análisis de costos del producto turístico.
- 4.3. Principales balances financieros.
 - 4.3.1 Punto de equilibrio.
 - 4.3.2. Flujo de efectivo. (presupuesto de ingresos y egresos)
 - 4.3.3. Retorno de la inversión.

UNIDAD V. Promoción del producto turístico.

Competencia:

Diseñar el plan promocional del producto turístico, mediante la utilización de las herramientas mercadológicas, para garantizar el posicionamiento de este en su mercado de interés, con creatividad, actitud colaborativa y ética profesional.

Contenido:

Duración: 3 horas

5.1 Plan promocional.

5.1.1 Objetivos promocionales.

5.1.2. Estrategias promocionales del producto/experiencia turística.

5.1.3. Plan de medios.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Inventario del destino turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el inventario del destino turístico. 2. Realiza una investigación documental en bases de datos, informes técnicos, informes de gestión de los organismos, planes de desarrollo locales, estatales y/o nacionales. Debe integrar al menos los siguientes elementos: <ol style="list-style-type: none"> a) Vocación del destino b) Atractivos turísticos c) Productos y servicios turísticos d) Accesibilidad e) Infraestructura turística 3. Sintetiza y condensa los datos para transformarlos en información que sirva de base para sustentar su plan de negocios. 4. Escribe el reporte de la práctica en un documento de texto y lo entrega al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Acceso a internet 	12 horas
UNIDAD II				
2	Desarrollo de producto turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para el desarrollo de 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Acceso a internet 	12 horas

		<p>producto turístico</p> <ol style="list-style-type: none"> Define el tipo de producto turístico a desarrollar. Generación de una lluvia de ideas y depuración. Desarrollo del producto considerando sus componentes Escribe el reporte de la práctica en un documento de texto y lo entrega al docente para su revisión y retroalimentación. 		
UNIDAD III				
3	Taller de segmentación de mercados	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las orientaciones del profesor para el desarrollo de producto turístico Describe un producto turístico. Determina las bases de segmentación. Crea los perfiles. Mide la potencialidad de mercado Escribe el reporte de la práctica en un documento de texto y lo entrega al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> Cuaderno. Computadora Internet 	6 horas
4	Diseñar el plan comercial.	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las orientaciones del profesor para el desarrollo de producto turístico Definir la comercialización en base al producto- Mercado. Desarrollar la estrategia de comercialización y distribución. Presupuestar Realizar un Pronóstico de 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Acceso a internet 	6 horas

		<p>ventas.</p> <p>6. Escribe el reporte de la práctica en un documento de texto y lo entrega al docente para su revisión y retroalimentación.</p>		
UNIDAD IV				
5	Proyecciones financieras del producto turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar las estimaciones financieras 2. Elabora una proyección de costos fijos y variables 3. Genera cédulas financieras relacionadas con el punto de equilibrio, el flujo de efectivo y el retorno de inversión. 4. Elabora un reporte para analizar la rentabilidad del producto. 5. Entrega al docente para su revisión y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Datos de proveduría local ● Software de minería de datos. ● Internet 	6 horas
UNIDAD V				
6	Diseño del plan de promoción del producto turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para el diseño del plan de promoción 2. Analiza las opciones mercadológicas disponibles 3. Selecciona las alternativas más viables. 4. Diseña prototipos promocionales del producto turístico 5. Elabora el reporte y lo entrega al docente para su revisión y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo de computo ● Acceso a software de diseño ● Internet ● Herramientas digitales. 	6 horas

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):

- Método de proyectos
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Asesoría enfocada al proyecto.
- Cuadros comparativos.
- Organizadores gráficos.
- Desarrollo de talleres.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación.
- Análisis de información.
- Estudio de caso.
- Trabajo en equipo.
- Exposiciones.
- Organizadores gráficos.
- Reportes técnicos.
- Cuadros comparativos.
- Desarrollo del producto turístico.

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 y actividades.....	10%
- Prácticas de talleres.....	35%
- Plan de negocio del producto turístico.....	35%
Total.....	100%

Nota: las evaluaciones parciales serán cubiertas por medio de entrega de avances del plan de negocio del producto turístico.

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Fernández, V. A. (2017), <i>Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales</i>, España: Tutor formación.</p> <p>García, B. (2005). Características diferenciales del producto turístico rural. <i>Cuadernos De Turismo</i>, (15), 113-134. Recuperado de https://revistas.um.es/turismo/article/view/18481</p> <p>Garrido, S. (2018). <i>Diseño de productos turísticos</i>. España: Paraninfo.</p> <p>González, M, P (2016). <i>Diseños productos y servicios turísticos locales</i>. España: Tutor formación.</p> <p>Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. <i>Arbor</i>, 193(785), a396. Recuperado de: https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002</p> <p>Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. <i>Visión Gerencial</i>. (1), 135-158.</p> <p>Urreta, O. E. (2019), <i>Diseños productos y servicios turísticos locales</i>, España: Paraninfo.</p> <p>Rodríguez, Z. A. (2017), <i>¿Cómo diseñar una experiencia turística?</i> España: UOC.</p>	<p>Alcazár, M. B. (2002), <i>Los canales de distribución en el sector turístico</i>. España: Esic. [clásica].</p> <p>Bigné, E., Font,X., y Andreu, L. (2000). <i>Marketing de destinos turísticos, análisis y estrategias de desarrollo</i>. España: Esic. [clásica].</p> <p>Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo. International Council on Monuments and Sites (ICOMOS). Recuperado de: http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.p</p> <p>Carta Mundial de Turismo Sostenible +20. Recuperado de: http://cartamundialdeturismosostenible2015.com/wp-content/uploads/2016/05/Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible-20.pdf</p> <p>Walder,B., Weiermaier, K., y Sancho, P. A. (2006). <i>Innovation and Product Development in Tourism: Creating Sustainable & competitive advantage</i>. Germany: ESV [clásica].</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Producto Turístico debe contar con título de Licenciatura en Turismo, Gestión Turística, Administración Turística o área afín, preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente o impartición de cursos, preferentemente con experiencia laboral en diseño de producto y experiencias turísticas, desarrollo de proyectos y emprendimientos turísticos, gerencia corporativa en empresas enfocadas al turismo. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Sistemas de Calidad en Turismo

Equipo de diseño de PUA

Jorge Carlos Morgan Medina
Marisa Reyes Orta
Marcela Reyes Pazos
Rodrigo Alfonso Ortega Avilés

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es que el estudiante sea capaz de identificar los impactos sociales, económicos y ambientales positivos y negativos de la actividad turística, en una empresa del sector, estableciendo una línea base y realizando un plan de mejora que le permita a la empresa avanzar hacia la incorporación de buenas prácticas de sustentabilidad acordes o en cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Gestión de la Sustentabilidad.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar un sistema de gestión de la sustentabilidad, donde se minimicen los impactos negativos ambientales, económicos y sociales de una empresa turística; empleando el método de brechas que incluya un diagnóstico y plan de mejora, con sentido crítico y responsabilidad con el entorno.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Plan de implementación de un sistema de gestión de la sustentabilidad en una empresa vinculada a la cadena de valor de la actividad turística, donde se incorpore un diagnóstico y plan de mejora, presentado por escrito y de manera oral.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I. Identificación y reconocimiento de los impactos negativos y positivos de la actividad turística.

Competencia:

Estimar los impactos económicos, sociales y ambientales de la actividad turística, empleando una perspectiva holística en el ciclo de vida y cadena de valor del sector, para establecer una línea base que permita el desarrollo de mejora, con pensamiento crítico y apertura interdisciplinaria

Contenido:**Duración:** 3 horas

- 1.1. Comprensión e identificación de externalidades negativas sociales, económicas y ambientales de la actividad turística en la oferta turística (ciclo de vida del destino turístico).
- 1.2. Identificación de externalidades negativas sociales, económicas y ambientales por el lado de la demanda (CdAVT).
- 1.3. Los impactos positivos de la actividad turística sostenible.

UNIDAD II. Herramientas de gestión de la sostenibilidad.

Competencia:

Identificar las distintas herramientas disponibles para realizar gestión de la sustentabilidad, mediante la revisión del marco legal, instrumentos de mercado, de desarrollo comunitario y de proceso, para seleccionar la mezcla adecuada a la propuesta de mejora de la empresa, con actitud reflexiva y analítica

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2. 1 Herramientas legales o de control.
 - 2.1.1 Instrumentos internacionales:
 - 2.1.1.1 Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y otros instrumentos internacionales aplicados al turismo.
 - 2.1.2 Instrumentos nacionales:
 - 2.1.2.1 LGEEPA
 - 2.1.2.2 POT vigente
 - 2.1.2.3 NOMs aplicadas al Turismo.
- 2.2. De trabajo comunitario
 - 2.2.1 Proyectos turísticos comunitarios
 - 2.2.2 Desarrollo de proveedores
 - 2.2.3 Buenas prácticas.
- 2.3 Herramientas de mercado
 - 2.3.1 Ecoetiquetado y eco-certificaciones:
 - 2.3.2 Impuestos verdes.
 - 2.3.6 Esquemas de compensación.
 - 2.3.7 Unidades de Manejo Ambiental.
 - 2.3.8 Servidumbres ecológicas.
- 2.4 De proceso.
 - 2.4.1 Sistemas de gestión.
 - 2.4.2 De mercadotecnia.
 - 2.4.3 De desempeño (monitoreo de indicadores sostenibles)

UNIDAD III. Sistemas de gestión y certificaciones

Competencia:

Comparar los distintos sistemas de gestión de la sustentabilidad aplicables al turismo, a través del análisis de los estándares y la identificación de su uso adecuado en distintos tipos de empresa o atractivo turístico, para evaluar su aplicabilidad en un caso particular, con actitud proactiva, objetiva y con sentido crítico.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 3.1 Sustainable Tourism Eco-certification Program
- 3.2 Empresa Socialmente Responsable
- 3.3 Certificación regional: Amigos del mar
- 3.4 Punto limpio
- 3.5 Green Key
- 3.6 Leed
- 3.7 Blue Flag
- 3.8 Earthcheck

UNIDAD IV. Diagnóstico de sostenibilidad

Competencia:

Determinar el estado actual de una empresa turística, mediante la realización de un diagnóstico de sostenibilidad acorde a un estándar aplicable, para el establecimiento de una línea base y la detección de áreas de oportunidad, con proactividad, perseverancia y responsabilidad social y ambiental.

Contenido:

- 4.1 Selección del instrumento (un sistema de gestión)
- 4.2 Selección y caracterización de la empresa turística
- 4.3 Identificación y estimación de impactos.
- 4.4 Lista de chequeo de cumplimiento e identificación de áreas de oportunidad.

Duración: 3 horas

UNIDAD V. Propuesta de sistema de gestión

Competencia:

Diseñar la propuesta de sistema de gestión de sustentabilidad, a través de un plan de mejora que incluya estrategias smart y cubra las áreas de oportunidad del diagnóstico, para ser implementado por la empresa seleccionada en el corto plazo, con actitud proactiva, creativa e innovadora.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 5.1 Selección de alternativas.
- 5.2 Desarrollo de estrategias *SMART*
- 5.3 Redacción de propuesta de mejora a 12 meses
- 5.4 Presentación del plan de mejora

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Impactos de la actividad turística en la Península de California	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para revisión de un material audiovisual que narra el impacto de actividad turística en la península de Baja California 2. Observa el video con atención 3. Toma nota de los impactos presentados a lo largo del video. 4. Organiza los impactos y los clasifica en función de: ciclo de vida del destino turístico y del tipo de impacto (social, económico y ambiental) 5. En equipo integra los resultados en una matriz para su discusión grupal 6. Se establecen conclusiones sobre la perspectiva holística de la actividad turística 7. Entrega la matriz para recibir retroalimentación y evaluación por parte del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a internet • Computadora • Proyector • Procesador de texto o programa de hojas de cálculo • Apuntes de clase y cuaderno • Material audiovisual (video) 	4 horas
2	Estimación de los impactos de la actividad turística desde la perspectiva de la cadena de valor y del turista	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para estimar los impactos de la actividad turística en un viaje 2. Realiza la narrativa completa de un viaje que haya realizado 3. Identifica los impactos presentados a lo largo del viaje 4. Organiza los impactos y los clasifica en función de la cadena de valor y del tipo de impacto (social, económico y ambiental) 5. Estima e integra los resultados en una matriz 6. Determina huella de carbono, huella hídrica y generación de residuos no biodegradables. 7. Elabora un video corto de concientización sobre los impactos no considerados de los viajes 8. Presenta el video y la matriz para recibir retroalimentación y evaluación por parte del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a internet • Liga de calculadora ecológica • Computadora • Proyector • Procesador de texto o programa de hojas de cálculo • Apuntes de clase y cuaderno • Celular y aplicación para edición de videos 	5 horas

			o cámara	
UNIDAD III				
3	Selección de una empresa turística para aplicar servicios de consultoría en función de un estándar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para seleccionar una empresa de acuerdo a su interés de desarrollo profesional 2. Se reúne en equipo y selecciona una empresa turística o vinculada de su interés 3. Acude con el docente para que les designe en función de la empresa elegida el estándar a utilizar 4. Analiza el estándar deseable de calidad en distintos criterios y realiza lista de chequeo 5. Realiza una presentación oral ante el grupo del estándar designado simulando ser una empresa consultora especialista en la implementación de sistemas de gestión. 6. Atiende a las presentaciones de los otros equipos 7. Realiza una matriz comparativa de los diferentes estándares identificando similitudes, diferencias y empresas a las que va dirigido 8. Entrega la presentación, matriz comparativa y la lista de chequeo al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a internet • Computadora • Proyector • Procesador de texto o programa de hojas de cálculo • Apuntes de clase y cuaderno • Estándares 	5 horas
UNIDAD IV				
4	Diagnóstico de sustentabilidad empresarial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formaliza la solicitud de participación en la empresa como usuaria del proyecto vía oficio 2. Solicita una visita técnica donde el equipo responsable es el guía del resto del grupo 3. Envía la lista de preguntas derivadas de la lista de chequeo del estándar 4. Realiza las visitas técnicas planificadas 5. En equipos integra la información para elaborar el diagnóstico 6. Mantiene contacto con la empresa para recuperar información faltante 7. Evalúa el cumplimiento del estándar 8. Identifica las áreas de oportunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a la empresa y a su información • Oficio de formalización de participación en la empresa como usuaria del proyecto • Acceso a internet • Computadora • Proyector 	20 horas

		<p>9. Integra la atención de observaciones por parte del docente y pule la redacción del diagnóstico</p> <p>10. Realiza una presentación oral ante el grupo del diagnóstico</p> <p>11. Recibe retroalimentación por parte del grupo y el docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador de texto o programa de hojas de cálculo • Apuntes de clase y cuaderno • Estándares 	
UNIDAD V				
5	Propuesta de sistema de gestión de sustentabilidad	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor para integrar el plan de implementación del sistema de gestión de sustentabilidad.</p> <p>2. Fija metas alcanzables a un año para la empresa</p> <p>3. A partir de las áreas de oportunidad identificadas se diseñan estrategias Smart</p> <p>4. Se integra el plan con el diagnóstico y plan de mejora.</p> <p>5. Se prepara la presentación para el usuario potencial con enfoque de servicios, destacando las propuestas sobre el diagnóstico (duración máxima de 15 minutos).</p> <p>6. Se presenta ante el grupo y ante el usuario potencial.</p> <p>7. Se envía vía correo electrónico el diagnóstico al docente y al usuario potencial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico • Oficio de invitación al usuario potencial para la presentación • Computadora • Proyector • Procesador de texto 	14 horas

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
- Ejercicios prácticos
- Presentación de material audiovisual

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos
- Elaboración del plan de implementación de sistema de gestión de sustentabilidad

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%
- Prácticas de Taller de Unidades I y III.....	20%
- Plan de implementación del sistema de gestión de sustentabilidad	60%
Total.....	100%

Nota: la evidencia de aprendizaje debe reflejarse en este apartado y tener un porcentaje considerado en la calificación total.

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Enríquez, J. A. (coord.). (2018). <i>Turismo, Sustentabilidad y Desarrollo Local. Tendencias del desarrollo turístico en una región del noroeste de México</i>. CDMX y Hermosillo, México. Pearson y Unison</p> <p>Legrand, W., Sloan, P., & Chen, J. S. (2016). <i>Sustainability in the hospitality industry: Principles of sustainable operations</i>. London, United Kingdom: Routledge.</p> <p>Modica, P. (2015). <i>Sustainable tourism management and monitoring</i>. Milano, Italy: Franco Angeli. [clásica]</p> <p>Mondejar, J., Vargas, M., Ortega, F.J. y Pérez, E. (eds.). (2013). <i>Methods and Analysis on Tourism and Environment</i>. New York, USA: NOVA. [clásica]</p> <p>Rangus, M.; Gorenak, M. y Brumen, B. (2017). <i>Sustainability in Tourism and Regional Development</i>. Cambridge, United Kingdom: Cambridge Scholars Publishing.</p>	<p>Fresneda, S., de Fuentes, P. y Lobo, A. (2020). Gestión sostenible de los <i>Heritage Sites</i> culturales: propuesta de un modelo. <i>Cuadernos de Turismo</i>, 46, 163-603. Recuperado de la base de datos EBSCO Host.</p> <p>Serrano, A.M., López, M.C. y Gómez, R. (2007). Gestión de la calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones. <i>Cuadernos de Turismo</i>, 20, 251-266. Recuperado de la base de datos EBSCO Host. [clásica]</p> <p>Slocum, S. L., Aidoo, A., & McMahon, K. (2020). <i>The Business of Sustainable Tourism Development and Management</i>. London, United Kingdom: Routledge</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad debe contar con título de licenciatura en ciencias ambientales, gestión turística, turismo, o área afín, preferentemente con estudios de posgrado en el área de manejo ambiental o sustentabilidad, y dos años de experiencia docente. Ser proactivo, analítico y que desarrolle estrategias didácticas de estudios de caso, vinculación real con empresas y organizaciones de la sociedad civil.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Finanzas Aplicadas al Turismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Omar Leonardo Valladares Icedo
Gloria Quintana Garcia
Arishbet Rojas García
Alfredo Martínez Padilla

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Finanzas Aplicadas al Turismo obtenga las herramientas para el manejo de los recursos financieros de la empresa para el alcance de los objetivos de la misma, mediante la aplicación de diferentes técnicas de análisis

Esta asignatura se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatoria y pertenece al área de conocimiento de Finanzas.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar eficazmente información financiera confiable de la empresa, mediante la aplicación de herramientas financieras con la finalidad de apoyar la toma de decisiones adecuada fundamentada en la elaboración de estrategias para el uso eficiente de los recursos de la industria turística, con honestidad, responsabilidad y actitud analítica.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elaborar un plan financiero que incluya análisis, interpretación y diseño de estrategias para un proyecto de inversión de una empresa turística que demuestre la factibilidad del mismo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Administración financiera.

Competencia:

Identificar los conceptos básicos de la administración financiera, mediante la revisión de sus características y herramientas, para conocer su aplicación en el análisis de la información contable de las empresas de la industria turística, con pensamiento crítico, responsabilidad y oportunidad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1 Conceptos básicos de administración financiera
 - 1.1.1 Definiciones de administración financiera
 - 1.1.2 Riesgo, rendimiento y valor
 - 1.1.3 Apalancamiento
- 1.2 Herramientas de administración financiera
 - 1.2.1 Análisis de estados financieros
 - 1.2.2 Planeación financiera
 - 1.2.3 Administración del capital de trabajo y efectivo
- 1.3 Estados financieros para empresas turísticas
 - 1.3.1 Estado de resultados
 - 1.3.2 Estado del flujo de efectivo
 - 1.3.3 Estado de situación financiera

UNIDAD II. UNIDAD II. Análisis financiero.

Competencia:

Analizar situación financiera de la empresa turísticas, mediante la aplicación de indicadores de desempeño financieros, para la toma de decisiones de las empresas, con actitud analítica y honestidad.

Contenido:

Duración: 2 horas

2.1 Indicadores.

2.1.1 Índices de rentabilidad.

2.1.2 Índices de liquidez

2.1.3 Índice solvencia

2.1.4 Índices de productividad

2.1.5 Índices de endeudamiento

2.2 Financiamiento y apalancamiento

2.2.1 Capital de trabajo

2.2.2 Análisis del flujo de efectivo de la empresa

UNIDAD III. Toma de decisión basada en estados financieros

Competencia:

Argumentar decisiones sobre el desempeño económico de la empresa, a través del análisis de la información financiera, para mejorar el desempeño de la organización, con responsabilidad y análisis crítico.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 3.1 Manejo financiero de los recursos(inversiones).
 - 3.1.1 Fuentes de financiamiento interna
 - 3.1.2 Fuentes de financiamiento externa
- 3.2 Planeación de inversiones a corto, mediano y largo plazo

UNIDAD IV. Evaluación de proyectos

Competencia:

Evaluar posibles alternativas de inversión a través de herramientas financieras, con la finalidad de apoyar la toma de decisiones a las empresas sobre futuras inversiones, con pensamiento analítico, honestidad y objetividad.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 4.1 Nociones de evaluación de la viabilidad financiera
 - 4.1.1 Tasa interna de retorno
 - 4.1.2 Valor presente neto
- 4.2 Toma de decisiones de inversión con base en proyecciones.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Análisis de razones financieras	<p>Nota: los ejercicios de cada práctica se elaboran a partir de la información proporcionada por el docente en la práctica 1(estados financieros)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el análisis de razones financieras. 2. El docente proporciona la información de estados financieros. 3. Aplica el método de razones financieras. 4. Analiza los resultados de la aplicación del método. 5. Elabora un informe del análisis. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora, • Computadora. • Sistemas de información (Excel). • Bibliografía de Administración Financiera. 	12 horas
2	Análisis del estado de flujo de efectivo y capital de trabajo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el análisis del estado de flujo de efectivo y capital de trabajo. 2. Retoma los estados financieros proporcionados por el docente. 3. Aplica herramientas de análisis financiero. 4. Analiza los resultados de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora, • Computadora. • Sistemas de información (Excel). • Bibliografía de Administración 	12 horas

		<p>aplicación de las herramientas financieras.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Elabora un informe del análisis. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	Financiera.	
UNIDAD III				
3	Estrategias de inversión y financiamiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar las estrategias de inversión y financiamiento. 2. Retoma los estados financieros proporcionados por el docente. 3. Elabora las estrategias de inversión y financiamiento. 4. Elabora un informe del análisis. 5. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 6. Realiza correcciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora, • Computadora. • Sistemas de información (Excel). • Bibliografía de Administración Financiera. 	12 horas
UNIDAD IV				
4	Evaluación de un proyecto de inversión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar la evaluación de un proyecto de inversión. 2. Calcular la tasa interna de retorno y el valor presente neto. 3. Analiza la viabilidad de un proyecto basado en la información financiera. 4. Elabora el informe con la conclusión de los resultados. 5. Entrega a docente para 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora, • Computadora. • Sistemas de información (Excel). • Bibliografía de Administración Financiera. 	12 horas

		revisión y retroalimentación. 6. Realiza correcciones		
--	--	--	--	--

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):

- Presenta información sobre los conceptos básicos de análisis financiero
- Presenta ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Proporciona información para las prácticas de taller
- Resuelve y ejemplifica con casos prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Diseña y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma

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%
- Prácticas de taller.....	30%
- plan financiero	50%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Brigham, E. F. y Houston, J. H. (2020). <i>Fundamentos de administración financiera</i>. (15a. ed.). México: Cengage.</p> <p>Brigham, E. F. y Ehrhardt, M. C. (2018). <i>Finanzas Corporativas</i>. México: Cengage</p> <p>Gutiérrez J. & Gutiérrez D. (2018). <i>Planeación financiera y gestión de valor</i>. Editorial ECOE. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=-y1TDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=planeacion+financiera&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiA78abn-fsAhUN-6wKHZOADhsQ6wEwBHoECAUQAQ#v=onepage&q&f=false</p> <p>Ortiz, H. (2019). <i>Finanzas básicas para no financieros</i>. México: Cengage</p>	<p>Morales, A. & Morales, J.A. (2014). <i>Planeación financiera</i>. México: Patria. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=SdvhBAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false [clásica].</p> <p>Haime, L. (2006). <i>Planeación financiera en la empresa moderna</i>. (7ª ed.) México: ISEF. Recuperado de: https://books.google.es/books?id=zrjKBSptgdcC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false [clásica].</p> <p>Gitman L. y Zutter, C. (2016). <i>Principios de administración financiera</i>. (14ª ed.). México: Pearson. Recuperado de https://uabc.vitalsource.com/#/books/9786073237222/pageid/0</p> <p>Gitman, L. (1990). <i>Fundamentos de Administración Financiera</i>. Editorial Harla. [clásica].</p> <p>Perdomo, A. (1998) <i>Análisis e Interpretación de Estados Financieros</i>. Editorial Becas [clásica].</p> <p>Pérez, A. (1998). <i>Los estados financieros, su análisis e interpretación</i>. Editorial ECASA. [clásica].</p> <p>Elizondo, A. (1997). <i>El Proceso Contable</i>. Editorial ECASA [clásica].</p> <p>Haime, L. (1999). <i>Reestructuración Integral de Empresas</i>. Editorial ISEF. [clásica].</p> <p>Madroño, M. E. (1996). <i>Administración Financiera del Circulante</i>. Editorial IMCP. [clásica].</p> <p>Van Horn, J. & Wachowicz, J. (2002) <i>Fundamentos de Administración Financiera</i>. (11ª Ed.) México: Pearson</p> <p>Youshimata, A. (1995). <i>Control de Costos de Alimentos y Bebidas</i>. Editorial Diana. [clásica].</p> <p>Morales, D. (1994). <i>Financiamiento Turístico: Fuentes Internas y Externas</i>. Editorial Trillas. [clásica].</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta asignatura deberá contar con título de Licenciatura en Turismo, Administración, Finanzas, Mercadotecnia o Áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado, experiencia laboral mínima de 2 años en el área del conocimiento, preferentemente con experiencia docente, conocimientos del idioma inglés, proactivo, facilidad de palabra y dominio de herramientas digitales.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

1. **School:** Accounting and Business Mexicali and Tourism and Marketing Tijuana
2. **Major:** B. A. in Tourism Business Administration
3. **Study Program:**
4. **Learning Module Name:** Digital Marketing for Tourism Companies
5. **Number:**
6. **CH:** 02 **WH:** 02 **LH:** 00 **FPH:** 00 **CLH:** 00 **EH:** 02 **CR:** 06
7. **Stage:** Disciplinary
8. **Module Type:** Compulsory
9. **Course Enrollment Requirements:** No one

Learning Module Design Team

Mayda González Espinoza
Jahdiel Vargas
Ricardo Verján Quiñones

Approval of Assistant Dean (s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Date: March 12, 2021

II. PURPOSE OF LEARNING MODULE

The purpose of the learning unit is to develop a digital marketing plan and establish the fingerprint for companies in the tourism sector in English. Its usefulness lies in the fact that it allows the student to deepen the domain of digital tools applicable to tourism management (social networks, virtual communities, competition analysis, among others) and mastery of digital techniques for effective promotion, with an attitude creative, innovative and professional ethics. It is taught in the disciplinary stage of the degree in Tourism Management, with a mandatory character, it belongs to the Marketing knowledge area and does not have as a requirement to take a previous learning unit.

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

Develop a digital platform, using technological tools, to build marketing strategies within a digital marketing plan and establish the digital footprint of tourism companies and organizations in English, with responsibility and in accordance with the ethical social framework.

IV. EVIDENCES OF LEARNING/ACHIEVEMENT

Preparation of a digital marketing plan in English for a tourism company, including diagnosis, promotion strategies applicable to the plan, control and evaluation.

V. UNIT DESCRIPTION
UNIT I. Introduction to tourism digital marketing.

Competency:

Distinguish the elements of digital marketing, by defining their concepts as inputs, to generate marketing strategies within a digital marketing plan in companies and tourist organizations in English with responsibility and in accordance with the ethical social framework.

Content:

Time Allotted: 4 hours

- 1.1 Definition of digital marketing and its differentiating elements against offline marketing.
- 1.2 Understand the Mexican digital consumer.
- 1.3 Distinguish consumers from prosumers and the importance of establishing a digital relationship.

UNIT II. Digital strategic planning.

Competency:

Analyze the importance of planning in a digital strategy, based on a diagnosis of digital properties, benchmark and competition analysis, to generate adequate marketing strategies within a digital marketing plan in companies and tourist organizations in English language with responsibility and attached to the ethical social framework.

Content:

Time Allotted: 8 hours

- 2.1. Understand the importance of planning in a digital strategy, as well as knowing the key elements in a digital marketing plan.
- 2.2 Execute a diagnosis of digital properties, benchmark and competition analysis.
- 2.3 Define the objectives of the digital strategy.
- 2.4. Development of the target market and value proposition.

UNIT III. Digital tools

Competency:

Analyze the different digital tools, through social networks and their management in virtual communities, to generate adequate marketing strategies within a digital marketing plan in companies and tourist organizations in English language with responsibility and attachment to cultural diversity.

Content:**Time Allotted:** 8 hours

- 3.1. Analyze the digital tools that correspond to the digital platform.
- 3.2. Analyze the different social networks and their management in digital communities.

UNIT IV. Digital communication plan and content generation.

Competency:

Create the digital communication plan, through the establishment of its elements and its content, to generate adequate marketing strategies as part of the digital marketing plan in companies and tourist organizations in the English language with responsibility and attachment to cultural diversity.

Content:**Time Allotted:** 6 hours

- 4.1. Clearly establish the elements that constitute a digital communication plan.
- 4.2. Create the digital communication plan.

UNIT V. Digital marketing strategies and implementation of the digital plan.

Competency:

Prepare a digital marketing plan, based on the analysis of the different formats of electronic commerce and its budget, to generate strategies and establish the digital footprint for tourism companies in the English language with responsibility and the ethical social framework.

Content:

Time Allotted: 6 hours

- 5.1. Analyze the different formats to carry out electronic commerce and its most important components.
- 5.2. Analyze the different channels that make up the digital advertising platform.
- 5.3. Presentation of the digital marketing plan.

VI. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT I				
1	Characterize the Mexican consumer.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identify the characteristics of Mexican consumers in general. 2. Identify the characteristics of Mexican digital consumers. 3. Make a list of attributes of the Mexican digital consumer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	2 hours
UNIT II				
2	Internal analysis of digital situation.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identify the current situation of the digital management of the company. 2. Generates a diagnostic instrument. 3. Analyze the result of the diagnosis. 4. Establish opportunities for improvement. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	4 hours
3	Analysis of digital competition.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identify digital competitors. 2. Analyze digital communication strategies. 3. Analyze the congruence of the message with the brand. 4. Evaluate best practices. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	4 hours
UNIT III				
4	Digital tools.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analyze the digital tools available. 2. Select the appropriate ones for the type of business. 3. Prepare a proposal for the previously selected company. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	6 hours

5	Digital communication plan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrate the elements of the digital marketing plan. 2. Analyze its relevance. 3. Prepare the executive presentation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	8 hours
UNIT IV				
6	Create the digital marketing plan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrate the elements of the digital marketing plan. 2. Analyze its relevance. 3. Prepare the executive presentation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	6 hours

VII. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework: The first day of class the teacher must establish the form of work, evaluation criteria, quality of academic work, rights and obligations for teacher and students.

Teaching strategies (teacher):

- Case study
- Projects method
- Problem-based learning
- Exhibition technique
- Practical exercises
- Guide and evaluate workshop practices.

Learning strategies (student):

- Research
- Case study
- Teamwork
- Exhibitions
- Abstracts
- Comparative tables
- Participate in workshop-type sessions

VIII. EVALUATION CRITERIA

The evaluation will be carried out permanently during the development of the course as follows:

Accreditation criteria

To be entitled to ordinary and extraordinary exam, the student must meet the attendance percentages established in the current School Statute.

Scaled from 0 to 100, with a minimum approval of 60.

Assessment criteria

- 2 partial evaluations	20%
- Workshop Practices	40%
- Digital marketing plan applied to tourism companies	40%
Total	100%

IX. Bibliography

Required	Suggested
<p>Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2019). <i>Digital marketing: strategy, implementation and practice</i>. (7th ed.) England: Pearson.</p> <p>Grigsby, M. (2018). <i>Marketing analytics: a practical guide to improving consumer insights using data techniques</i>. (2nd ed.). England: Krogan Page.</p> <p>Kingsnorth, S. (2019) <i>Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing</i>. (2nd ed.). United Kingdom: Korgan Page</p> <p>Larson, J., Draper, S. (2019). <i>Digital Marketing Essentials: A Comprehensive Digital Marketing Textbook</i>. U.S.A.: Edify Publishing.</p> <p>Ruiz, I. (2018). <i>7 herramientas de marketing digital que debes usar en tu evento profesional</i>. https://www.eventbrite.es/blog/7-herramientas-marketing-digital-evento-profesional-ds00/</p>	<p>Morrison, A. M. (2018). <i>Marketing and managing tourism destinations</i>. London: Routledge.</p> <p>Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., Wang, Y. (2019). <i>Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences</i>. New York: Routledge.</p> <p>Kolb, B. M. (2017). <i>Tourism marketing for cities and towns: Using social media and branding to attract tourists</i>. London: Routledge, Taylor & Francis Group.</p> <p>Miller, R. (2020). <i>Social Media Marketing Mastery 2020:3 BOOKS IN 1-How to Build a Brand and Become an Expert Influencer Using Facebook, Twitter, Youtube & Instagram-Top Digital Networking & Personal Branding Strategies</i>.</p> <p>Texeira, S. & Matos, J. (2019). <i>Multilevel Approach to Competitiveness in the Global Tourism Industry</i>. England: Pearson</p>

X. TEACHER PROFILE

The professor who teaches the Digital Marketing for Tourism Companies learning unit must have a Bachelor's degree in Tourism, Tourism Management, Marketing, Communication and International Business; preferably with postgraduate studies in a related area, two years of verifiable experience in Digital Marketing and teaching. Be self-taught, proactive, analytical, focused on research.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comercialización para el Sector Turístico
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

José Trinidad Olague de la Cruz
Martha Ofelia Lobo Rodríguez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Comercialización para el Sector Turístico tiene como finalidad que el alumno diseñe un plan de comercialización de producto turístico que permita satisfacer los beneficios buscados por la demanda y ampliar la oferta turística de manera sustentable con pleno respeto por el patrimonio natural y cultural de las regiones de manera ética y con creatividad. Esta asignatura forma parte de la etapa disciplinaria, es de carácter obligatoria y corresponde al área de conocimiento Mercadotecnia.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar un plan de comercialización de productos turísticos, a partir de las características y necesidades de los diferentes segmentos de mercado, para satisfacer los beneficios buscados por la demanda y ampliar la oferta turística de manera sustentable, con respeto por el patrimonio natural y cultural de las regiones, ética profesional y creatividad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Plan de comercialización de producto turístico que deberá contener los siguientes elementos:

- Diagnóstico estratégico y pronósticos de tendencias
- Plan de posicionamiento
- Planes de acciones estratégicas y tácticas
- Presupuestación
- Control

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Diagnóstico estratégico y pronósticos de tendencias

Competencia:

Diagnosticar la posición estratégica de la empresa turística, a través del análisis de información interna y de su entorno que identifique sus fortalezas y debilidades competitivas, para prospectar las amenazas y oportunidades del entorno y permitir la comercialización de un producto o servicio, con criterios de eficacia y honestidad.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 1.1. Plan de comercialización y otros planes de la empresa
- 1.2. Directivas corporativas
- 1.3. Declaración de posicionamiento
- 1.4. Análisis de factores ambientales
- 1.5. Análisis de la competencia
- 1.6. Tendencias de mercado
- 1.7. Potencial de mercado

UNIDAD II. Plan de posicionamiento

Competencia:

Organizar una estrategia de posicionamiento de producto turístico, a través de la segmentación del mercado y la selección de un mercado meta, para adaptar de manera eficaz los diferentes componentes de la mezcla de mercadotecnia de la empresa, con criterios de eficiencia, honestidad y responsabilidad social.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 2.1. Análisis de segmentación
 - 2.1.1. Análisis de rentabilidad por segmento
- 2.2. Identificación de ventajas competitivas
- 2.3. Elección de mercado objetivo
- 2.4. Desarrollo e implementación de la estrategia de posicionamiento

UNIDAD III. Acciones estratégicas y tácticas

Competencia:

Planear la estrategia general de mercadotecnia de un producto turístico, a través de la configuración de mezclas de producto, distribución, promoción y precio, para cumplir eficazmente los objetivos de ventas y rentabilidad de la empresa, así como generar valor económico, con actitud de servicio y satisfacción para los clientes y responsabilidad social por el entorno.

Contenido:**Duración:** 6 horas

- 3.1. Mezcla de producto
- 3.2. Estrategia de distribución
- 3.3. Estrategia de promoción y ventas
- 3.4. Estrategia de precios

UNIDAD IV. Presupuestación del plan

Competencia:

Organizar el presupuesto del plan de mercadotecnia de un producto turístico, a través de la programación de las erogaciones necesarias basadas en un análisis de costo - beneficio, para la implementación eficaz de las acciones de mercadotecnia, con honestidad, eficiencia y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 4.1. Costos de personal
- 4.2. Costos de financiamiento
- 4.3. Costos de investigación, consultoría y capacitación
- 4.4. Otros costos
- 4.5. Integración de presupuesto

UNIDAD V. Control de gestión de mercadotecnia

Competencia:

Evaluar la implementación del plan de mercadotecnia de un producto turístico, a través del monitoreo de acciones establecidas en el cronograma de actividades, con la finalidad de realizar acciones correctivas orientadas hacia el cumplimiento de los objetivos del plan, con criterios de eficiencia, honestidad y responsabilidad.

Contenido:

- 5.1. Objetivos de ventas
- 5.2. Pronóstico de ventas
- 5.3. Monitoreo de costos
- 5.4. Cronograma de actividades
- 5.5. Mecanismos de ajuste al plan

Duración: 3 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Diagnóstico estratégico de la empresa turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para realizar el diagnóstico estratégico de la empresa turística. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Desarrolla los elementos de un diagnóstico estratégico de empresa turística <ol style="list-style-type: none"> a) Análisis de información interna y del entorno b) Identificación de fortalezas y debilidades c) Realiza prospectiva de amenazas y oportunidades. 4. Elaboran reporte 5. Entregan el reporte al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Acceso a internet ● Procesador de texto ● Software de edición de gráficos (Cmap Tools, power point, entre otras) ● Acceso a base de datos UABC ● Referencias bibliográficas 	6 horas
UNIDAD II				
2	Estudio de mercado para posicionamiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Desarrolla los elementos de un estudio de mercado para posicionamiento considerando <ol style="list-style-type: none"> a) Segmentación de mercado b) Selección del mercado meta c) Adaptación eficaz de los componentes de la mezcla 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Acceso a internet ● Procesador de texto ● Software de edición de gráficos (Cmap Tools, power point, entre otras) ● Acceso a base de datos UABC ● Referencias bibliográficas 	6 horas

		de mercadotecnia de la empresa 4. Entregan reporte al docente para su revisión y retroalimentación.		
UNIDAD III				
3	Diseño de mezcla de mercadotecnia turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Desarrolla los elementos de un diseño de mezcla de mercadotecnia turística. 4. Considera dentro de la configuración de mezclas de producto la distribución, promoción y precio, el cumplimiento de los objetivos de ventas y rentabilidad de la empresa y la generación de valor económico 5. Entregan reporte al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Acceso a internet ● Procesador de texto ● Software de edición de gráficos (Cmap Tools, power point, entre otras) ● Acceso a base de datos UABC ● Referencias bibliográficas 	18 horas
UNIDAD IV				
4	Presupuestación del plan de mercadotecnia turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Desarrolla los elementos de un presupuesto de plan de mercadotecnia turística. 4. Programa las erogaciones necesarias basándose en el análisis costo beneficio 5. Entregan reporte al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Acceso a internet ● Procesador de texto ● Software de edición de gráficos (Cmap Tools, power point, entre otras) ● Acceso a base de datos UABC ● Referencias bibliográficas 	9 horas

UNIDAD V				
5	Diseño de mecanismos de control de gestión de mercadotecnia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Desarrolla los elementos de sistema de control de gestión de mercadotecnia. Considera <ol style="list-style-type: none"> a) Objetivos de ventas b) Pronóstico de ventas c) Monitoreo de costos d) Cronograma de actividades e) Mecanismos de ajuste al plan 4. Entregan reporte al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Acceso a internet ● Procesador de texto ● Software de edición de gráficos (Cmap Tools, power point, entre otras) ● Acceso a base de datos UABC ● Referencias bibliográficas 	9 horas

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
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones

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

- Prácticas de taller 60%
- Plan de mercadotecnia..... 30%
- Presentación del plan de mercadotecnia..... 10%
- Total 100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
Camilleri, M.A. (2018). <i>Travel marketing, tourism economics and the airline product</i> . Cham: Springer International Publishing.	Hirst, C. y Tresidder, R. (2016). <i>Marketing in tourism, hospitality, events and food</i> . (2 nd ed.). Woodeaton: Goodfellow Publishers Ltd.
Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C. y Baloglu, S. (2017). <i>Marketing for hospitality and tourism</i> . (7 th ed.). Harlow: Pearson Education Ltd.	Ray, N., Das, D.K. y Kumar, R. (Ed.). (2018). <i>Tourism marketing. A strategic approach</i> . Waretown: Apple Academic Press.
Morrison, A. (2019). <i>Marketing and managing tourism destinations</i> . (2 nd ed.). New York: Routledge.	

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Comercialización para el Sector Turístico debe contar con título de Licenciatura en Turismo, Gestión Turística, Mercadotecnia o área afín, preferentemente con estudios de posgrado. Asimismo, deberá contar con dos años de experiencia laboral en el área turística y preferentemente contar con experiencia como docente, conocimiento de empresas del sector turístico. Deberá ser innovador, creativo y responsable.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Dirección Estratégica en el Turismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Ma. Cruz Lozano Ramírez
Edith Martín Galindo
Martha Ofelia Lobo Rodríguez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Dirección Estratégica del Turismo es brindar herramientas para el diseño e implementación de planes estratégicos en empresas turísticas que permitan la alineación de estrategias, recursos y capacidades de estas. La utilidad de ésta radica en que le permite al estudiante determinar las capacidades competitivas de las empresas para un desempeño sostenible en un entorno global. Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio, no precisa requisitos previos para cursarla y pertenece al área de conocimiento de Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar un plan estratégico en empresas turísticas, a partir del uso de herramientas de análisis efectivas y la alineación de estrategias, recursos y capacidades competitivas, para el óptimo desempeño sostenible de la organización en un entorno globalizado, con profesionalismo y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Diseño de un plan estratégico para una empresa con actividad económica en el sector turístico con el empleo de herramientas estratégicas fundamentadas de un diagnóstico, así como el diseño de acciones para su implementación y medición.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción a la dirección estratégica

Competencia:

Analizar el contexto histórico de la administración, a través del estudio de la evolución del pensamiento estratégico, para conocer el comportamiento empresarial en los diversos escenarios económicos, con responsabilidad y compromiso hacia sus grupos de interés.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 1.1 Conceptualización de dirección estratégica.
- 1.2 Evolución e importancia de la dirección estratégica
- 1.3 Pensamiento estratégico.
- 1.4 Contextualización de la dirección estratégica.
- 1.5 Estructuras y jerarquías organizacionales

UNIDAD II. Auditoría interna y externa de la organización

Competencia:

Analizar el entorno interno y externo de la empresa, por medio del uso de herramientas estratégicas, para realizar un diagnóstico empresarial que le permita identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas y seleccionar las estrategias eficaces que contribuyan al logro de los objetivos, con una actitud coherente y propositiva.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1 Análisis del entorno
 - 2.1.1 El entorno de las organizaciones
 - 2.1.2 Prospectiva de la dirección estratégica
 - 2.1.3 Competitividad y la posición estratégica de la empresa.
- 2.2 Análisis Interno: recursos y competencias empresariales.
 - 2.2.1 Identificación de recursos y análisis de competencias
 - 2.2.2 Capacidad estratégica empresarial.
- 2.3 Herramientas de gestión estratégica.
- 2.4 Formulación de la estrategia.

UNIDAD III. Enfoque estratégico empresarial

Competencia:

Diseñar el plan de acción para la implementación eficiente de las estrategias, con la finalidad de involucrar la participación activa de los colaboradores a partir de un liderazgo estratégico, que propicie el óptimo desarrollo empresarial, fomentando el trabajo colaborativo, congruente y eficaz.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 3.1 Implementación de estrategias empresariales
 - 3.1.1 Diseño de la estructura organizacional
 - 3.1.2 Sistemas de dirección y liderazgo
 - 3.1.3 La cultura organizacional y la estrategia
 - 3.1.4 Sistema de planeación y control de la estrategia

UNIDAD IV. Dirección estratégica

Competencia:

Aplicar los fundamentos de dirección estratégica, mediante la integración de los recursos y la alineación de los esfuerzos empresariales, para mantener su competitividad ante la dinámica del sector turístico en un entorno globalizado, con integridad y liderazgo asertivo.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1 Fundamentos y Criterios para la Orientación Estratégica.
- 4.2 La Organización y los Recursos ante el Cambio Estratégico.
- 4.3 Excelencia empresarial con enfoque de Responsabilidad Social Corporativa
- 4.4 La Dirección y el Control del Cambio.
- 4.5 Nuevas Tendencias en la Dirección Estratégica.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Cuadro comparativo de decisiones estratégicas en Empresas Turísticas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investiga tres situaciones en las que presente la toma de decisiones estratégicas y su resultado. 2. Elabora un cuadro comparativo. 3. Reflexiona sobre el resultado obtenido. 4. Comparte con el grupo a través de un foro de discusión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de presentaciones y apoyos visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas
2	Análisis de la alineación de la misión, visión y valores de una empresa turística.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la actividad. 2. Selecciona tres empresas del sector turístico y analiza la congruencia de la misión, visión y valores. 3. Menciona la metodología utilizada para el análisis 4. Elabora un cuadro descriptivo. 5. Integra sus conclusiones. 6. Comparte en foro ante el grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de presentaciones y apoyos visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas
3	Contextualización de la dirección estratégica en una empresa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la actividad. 2. Selecciona una empresa del sector turístico. 3. Describe la información general de la empresa. 4. Identifica su enfoque estratégico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de presentaciones y apoyos visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas

		<ol style="list-style-type: none"> a. Filosofía de la empresa b. Objetivos estratégicos c. La ventaja competitiva d. Alineación estratégica e. Sistema para la implementación de las estrategias y el estilo de dirección. <ol style="list-style-type: none"> 5. Redacta documento integrador. 6. Expone ante el grupo. 		
UNIDAD II				
4	Herramientas para el análisis externo de empresas turísticas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la actividad. 2. Analiza el ambiente externo de la empresa turística a través de las siguientes herramientas: <ol style="list-style-type: none"> a) PESTEL b) Diamante de Porter c) Análisis del Perfil Competitivo 3. Presenta las herramientas y el análisis de resultados en documento extenso. 4. Expone ante el grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de presentaciones y apoyos visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas
5	Herramientas para el análisis interno de empresas turísticas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la actividad. 2. Analiza el ambiente interno de la empresa turística a través de las siguientes herramientas: <ul style="list-style-type: none"> • Matriz de Ansoff • Cadena de Valor • Las 7 “S” de McKinsey 3. Presenta las herramientas y el análisis de resultados en 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de presentaciones y apoyos visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas

		<p>documento extenso.</p> <p>4. Expone ante el grupo.</p>		
6	Selección de estrategias que se implementan en una empresa turística.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la actividad. 2. Determina estrategias para una empresa turística a partir de utilizar matrices estratégicas tales como: <ul style="list-style-type: none"> • FODA • CAME • Matriz de la Gran Estrategia • Matriz BCG, etc. 3. Presenta las herramientas y el análisis de los resultados en documento extenso. 4. Expone ante el grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de presentaciones y apoyos visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas
UNIDAD III				
7	Selección de estrategias corporativas: Integración vertical y outsourcing estratégico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar el estudio de caso. 2. Selecciona una empresa global del sector turístico. 3. Identifica las estrategias aplicadas corporativas. 4. Evalúa el impacto. 5. Propone estrategias. 6. Expone ante el grupo los 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de presentaciones y apoyos visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas

		resultados.		
8	Selección de estrategia de negocios y el entorno de la industria.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar el estudio de caso. 2. Selecciona una empresa global del sector turístico. 3. Identifica las estrategias aplicadas de negocio. 4. Propone estrategias. 5. Evalúa el impacto. 6. Expone resultados ante el grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de presentaciones y apoyos visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas
UNIDAD IV	.			
9	Implementación y evaluación de la estrategia en un entorno global.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Utiliza la herramienta Balanced Scorecard para dar seguimiento y medir el impacto de las estrategias, a partir de analizar las perspectivas siguientes: <ul style="list-style-type: none"> • Del Cliente. • Financiera. • De Procesos. • De Crecimiento y Desarrollo. 3. Entrega el análisis en un documento extenso. 4. Expone resultados ante el grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de presentaciones y apoyos visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas
10	Dirección estratégica y su aplicación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar un plan estratégico. 2. Desarrolla el contenido de un plan estratégico que incluya los 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Paquetería para diseño de 	12 horas

		<p>siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información de la organización • Filosofía • Análisis Interno: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ventaja competitiva y competencias clave ○ Análisis situacional. ○ Matriz de Ansoff ○ Cadena de Valor ○ Las 7 “S” de McKinse • Análisis Externo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis del entorno específico: 5 Fuerzas de Porter. ○ Análisis del entorno en general: PESTEL ○ Análisis de la competencia y del sector. • Diagnóstico: <ul style="list-style-type: none"> ○ Matriz FODA ○ Matriz CAME ○ Matriz BCG • Definición de objetivos estratégicos. • Desarrollo de estrategias • Indicadores de medición • Plan de acción (implementación): BSC • Conclusión <p>3. Entrega documento extenso. 4. Expone ante el grupo.</p>	<p>presentaciones y apoyos visuales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos 	
--	--	--	---	--

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 casos
- Método de proyectos
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de casos
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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.....	10%
- Prácticas.....	20%
- Actividades de clase	10%
- Exposición y documento extenso	20%
- Plan estratégico (exposición y entrega de documento extenso).....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Hitt, M., Ireland, D., Hoskisson, R. (2019). <i>Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization</i> (13th ed.). United States of America: Cengage.</p> <p>Iacobucci, D. (2020). <i>Dirección de marketing</i>. Estados Unidos de Norteamérica: Cengage Learning.</p> <p>Jones, G., Hill, C., Schilling, M. (2019). <i>Administración Estratégica. Teoría y Casos</i> (12^a ed.). México: Cengage Learning.</p> <p>Regalado, P. O. (2014). <i>La planificación estratégica sostenible en turismo: conceptos, modelos y pautas para gestores turísticos</i>. Estados Unidos: Cengage Learning.</p> <p>Rothaermel, F. (2020) <i>Strategic Management</i>. United States of America: Mc Graw Hill</p> <p>Thompson, A. (2019). <i>Administración Estratégica: Teoría y Casos</i>. (2^a ed.). España. Mc Graw Hill.</p>	<p>Bateman, T. S. y Snell, S. A. (2019). <i>Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo</i> (11^aed.). México: McGraw Hill.</p> <p>Blacutt, J. A. A. (2019). Las Nuevas tendencias de la Administración Estratégica. Un enfoque basado en la orientación a las competencias centrales, al mercado o a las actividades estratégicas. <i>Revista Perspectivas</i>, (43), 135-148. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332019000100006&lng=es&tlng=es.</p> <p>Calderón, A., & Aranibar, M. F. (2020). Estilos de liderazgo en empresas restauraneras: el liderazgo transformacional como herramienta de administración estratégica para la competitividad. <i>Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación</i>, 2(10). Recuperado de https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/10/liderazgo-transformacional.html</p> <p>Hill C., Schilling M., Jones, G. (2019) <i>Strategic Management: Theory & Cases: An Integrated Approach</i>. United States of America: McGraw Hill.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Dirección Estratégica en el Turismo debe contar con título de Licenciatura en Gestión Turística, Turismo, Administración, o área afín, preferentemente con estudios de posgrado, dos años de experiencia docente y experiencia en el campo laboral. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

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:** Desarrollo de Emprendedores
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Blanca Estela Córdova Quijada Arturo Julián Arroyo Cossio
Mónica Claudia Casas Páez Ramón Vega Buelna
Flavio Abel Rivera Aguirre Omar Leonardo Valladares Icedo
Lourdes Evelyn Apodaca del Omaidra Cecilia Martínez Moreno
Ángel Edith Martín Galindo
Alberto Jabalera Oviedo

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 Martín Galindo
Mayra Iveth García Sandoval

Fecha: 29 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar una mentalidad que le permitirá al alumno aplicar un conjunto de herramientas para descubrir o crear oportunidades de emprendimiento, organizar recursos y formar equipos impulsados por la creatividad y el liderazgo. Profundizar en la parte difusa del emprendimiento y en sus etapas iniciales, a través de la experimentación y validación de sus ideas.

Así mismo abordar los aspectos normativos, legales y de marketing con una perspectiva de emprendimiento, impulsando siempre una visión de ética y responsabilidad social.

Esta asignatura se imparte en la etapa terminal con carácter obligatorio para el programa educativo de Licenciado en Mercadotecnia y Licenciado en Contaduría.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar planes de negocio, mediante la identificación de ideas de negocios innovadoras y competitivas, para satisfacer necesidades, gustos y preferencias de un segmento de mercado objetivo, con disciplina, responsabilidad y ética profesional

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora el plan de negocio y el pitch, que contenga:

- A) Resumen ejecutivo
- B) Administrativo organizacional
- C) Mercado
- D) Producción o Servucción
- E) Responsabilidad Social
- F) Aspectos legales
- G) Finanzas
- H) Referencia bibliográficas

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Principios de emprendimiento

Competencia:

Analizar los tipos de emprendimiento y sus componentes, a través de la comparación de su estructura y alcance, a fin de identificar oportunidades de emprendimiento, con visión holística y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 1.1 Activando la mentalidad emprendedora
- 1.2 Creatividad e innovación
- 1.3 Identificación de oportunidades, nuevos patrones de consumo y mercados emergentes
- 1.4 Tipos de emprendimiento
- 1.5 Principales componentes del emprendimiento
- 1.6 Estrategias para el desarrollo de oportunidades
- 1.7 Generación de ideas
- 1.8 De la oportunidad a la acción (elaboración del modelo CANVAS u otro)

UNIDAD II. Administrativo organizacional

Competencia:

Diseñar la planeación estratégica y estructura organizacional del proyecto, mediante el análisis de los recursos del proyecto de emprendimiento, para alinear y desplegar las estrategias con visión holística, proactividad y actitud analítica.

Duración: 2 horas

Contenido:

2.1 Antecedentes de la propuesta de negocio

2.2 Descripción de la propuesta de negocio

2.3 Nombre del proyecto y descripción de la empresa.

2.3.1 Misión y visión.

2.3.2 Objetivos Estratégicos.

2.3.3 Imagen Corporativa.

2.3.4 Ventajas Competitivas y análisis (FODA).

2.3.5 Aspectos organizacionales (organigrama y descripción de funciones)

UNIDAD III. Mercado

Competencia:

Diseñar estrategias comerciales tomando en cuenta el análisis de mercado, que sirva como base para la estimación de la demanda, con eficiencia, objetividad y empatía.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.3. Segmentación de mercado
- 3.4. investigación de mercado
 - 3.4.1. Benchmarking
- 3.5. Estrategias de comercialización
 - 3.5.1. Mezcla de mercadotecnia (Marketing mix)
- 3.6. Estimación de la demanda

UNIDAD IV. Desarrollo de Áreas Específicas del Emprendimiento

Competencia:

Diseñar el proceso de creación de productos y servicios, a través de la observación de aspectos fiscales, propiedad intelectual y normativos, con el fin de potenciar el desarrollo de ideas innovadoras en un proyecto emprendedor, con responsabilidad social, rigor metodológico y honestidad.

Contenido:

- 4.1. Producción o Servucción
- 4.2. Responsabilidad social
- 4.3. Aspectos legales (fiscales, propiedad intelectual y normativos)
- 4.4. Finanzas
- 4.5. Pitch de ventas

Duración: 6 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Test del perfil emprendedor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para contestar el test del perfil del emprendedor. 2. Contesta el test del perfil del emprendedor. 3. De acuerdo a tus resultados realiza un ejercicio de reflexión en donde redactes aquellas áreas de oportunidad que requieres trabajar para desarrollar las habilidades emprendedoras. 	Internet Referencias Computadora test	2 hora
2	Foro de expertos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones para participar en el foro de expertos. 2. Asiste a los foros de expertos y participa en la sesión de preguntas y respuestas. 3. Realiza una reflexión crítica respondiendo a las siguientes preguntas: ¿cuáles son las mejores prácticas que identificaste de cada expositor y su empresa? de acuerdo a los aciertos y errores de emprendimiento de los expositores ¿describe cuál 	Internet Referencias Computadora	4 horas

		sería uno de los errores que tú hubieras cometido si no hubieras escuchado estas experiencias? integra comentarios adicionales.		
3	Generación de ideas y reconocimiento de oportunidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones para generar una idea. 2. Se organiza en equipos. 3. El docente selecciona y aplica diferentes técnicas para potenciar la generación de ideas, 4. Se detectan oportunidades de negocio y se describe su naturaleza a través de un modelo de filtración de ideas, por ejemplo: (el modelo IDEATE), benchmarking u otro, para identificar y seleccionar ideas con alto potencial de convertirse en oportunidades de emprendimiento. 5. Se presentan las propuestas de las mejores ideas. 6. Se selecciona el modelo de negocio adecuado a los recursos y habilidades del emprendedor 	Internet Referencias Computadora Proyector, Papel, Pluma, Lápiz, Revistas.	6 horas
UNIDAD II				
4	Definición estratégica del negocio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la realización de la definición estratégica del negocio. 	Internet Referencias Computadora Proyector,	6 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Por equipo diseña la misión, visión, y objetivos estratégicos del proyecto de negocio 3. Elaboran el análisis FODA y herramientas de apoyo para la elaboración de las estrategias 4. Diseña la estructura organizacional ideal para el proyecto de negocio con la descripción de los puestos 5. Entrega propuesta de definición estratégica al profesor 6. Atiende observaciones y corrige. 	Software, otros de acuerdo al tipo de prototipo.	
5	Imagen corporativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Diseño de la imagen corporativa: logo, eslogan y aplicaciones. 3. Registro de marca (IMPI). 4. Diseña filosofía y organigrama. 5. Presenta al docente para su revisión y retroalimentación. 6. Atiende observaciones y corrige. 	Referencias bibliográficas Software de diseño (plataformas de uso libre)	6 horas
UNIDAD III				
6	Segmentación de mercado e investigación de mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para determinar el segmento de mercado 	Internet Referencias Computadora Proyector,	4 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Investiga a través de las fuentes de datos secundarios (INEGI, COPLADE, CONAPO, NSE AMAI, Google, entre otros) la composición de los posibles segmentos de mercado que cumplan con los objetivos de la organización 3. Elabora el instrumento de recolección de datos para determinar las necesidades del segmento meta 4. Selección de la técnica de muestreo 5. Procesa y analiza los datos levantados sobre la muestra 6. Presenta reporte de investigación con los hallazgos más relevantes para la toma de decisiones. 7. Recibe retroalimentación y ajusta el reporte 	Software, otros de acuerdo al tipo de prototipo.	
7	Estrategias de comercialización	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para aplicar un benchmarking 2. Investiga a través de las fuentes primarias y secundarias las mejores prácticas de la competencia aplicando la técnica de Benchmarking, que sirva 		9 horas

		<p>como base para la elaboración de estrategias comerciales</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Diseña estrategias de comercialización y su mezcla, tomando en cuenta la información derivada del análisis de la organización (FODA), del mercado y de la competencia 4. Presenta reporte de investigación Benchmarking, la planeación de estrategias y su aplicación 5. Recibe retroalimentación y ajusta el reporte 		
8	Desarrollo de los Buyer Persona y cálculo de la demanda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para la creación del perfil del consumidor y los buyer persona 2. Crear los perfiles del consumidor basado en la información generada 3. Genera los buyer persona para el proyecto utilizando las plantillas pertinentes para su presentación 4. Investiga en las fuentes de información como INEGI, COPLADE, CONAPO, NSE AMAI, Google, Facebook, entre otros, para determinar el número de clientes potenciales por perfil y por producto 	Internet Referencias Computadora Proyecto	6 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 5. Presenta en una tabla los perfiles de clientes, número de clientes potenciales, aplicando los porcentajes establecidos en la tabla de participación de mercado. 6. Entrega al docente el reporte de investigación de datos secundarios 		
UNIDAD IV				
9	Producción o Servucción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para diseñar el proceso de producción y/o servucción 2. Diseña el proceso de producción y/o Journey Map del consumidor para productos y/o servicios considerando la responsabilidad social y los stakeholders del proyecto y la normatividad vigente para la industria que corresponda. 3. Elabora un diagrama de flujo de procesos de la elaboración de los productos o servicios. 4. Pone a prueba el prototipo del producto o servicio a un grupo de clientes potenciales para recibir retroalimentación 5. Ajusta los procesos tomando en consideración las recomendaciones 	<p>Ley federal de contribuyentes. Normativa de registro y tributación arancelaria a nivel estatal y municipal. Ley y normativa interna del IMPI</p> <p>Internet Referencias Computadora Proyector</p>	6 horas

		6. Entrega la práctica al profesor y recibe retroalimentación		
10	Plan financiero	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones para realizar el plan financiero. 2. Selecciona y elabora los indicadores financieros básicos en el desarrollo de un emprendimiento, para dar un marco de referencia que sirva para el manejo adecuado de las finanzas y los recursos que se disponen. 3. Elabora y presenta estado financiero al docente. 4. Atiende observaciones y corrige. 	<p>Internet Referencias Computadora Proyector, Estados Financieros Razones financieras aplicables a emprendimientos</p>	9 horas
11	Preparación de la exposición física y el Pitch de ventas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones para realizar la exposición física y virtual 2. Elabora la exposición con apoyo de tecnologías de la información y modelos de negocio. 3. Presenta su plan de negocios. 4. Considera en su presentación el orden de los elementos del Pitch: <ol style="list-style-type: none"> a. Datos para la toma de decisiones (Presentación de Estadísticas) 	<p>Internet Referencias Computadora Proyector Modelos de negocio</p>	6 horas

		<ul style="list-style-type: none"> b. Segmento de mercado que se atiende c. Solución al Problema/Producto o Servicio que va a solucionar el problema d. Propuesta de Valor (Valor Diferenciador) e. Razones para creer f. Modelo de negocios g. Competencia h. Proyecciones financieras e indicadores claves i. Necesidades de fondos <p>5. El docente evalúa de acuerdo a la rúbrica establecida.</p> <p>6. Presenta el proyecto en eventos institucionales y por invitación a nivel regional y nacional.</p>		
--	--	--	--	--

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):

- Proporciona información y explica temáticas sobre, modelos de negocio
- Explica a través de ejemplos las temáticas de las unidades
- Organiza foros de expertos
- Explica y supervisa las prácticas de taller
- Elabora y aplica exámenes
- Retroalimenta y revisa correcciones del plan de negocio
- Desarrolla y aplica dinámicas para potenciar la mente emprendedora
- Es mediador en las exposiciones y críticas de los proyectos de cada grupo
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta información sobre temáticas sobre modelos de negocio
- Responde test de perfil del emprendedor
- Realiza ejercicios de las temáticas de las unidades
- Desarrolla prácticas de taller
- Desarrolla planes de negocio
- Participa en foros de expertos
- Presenta avances continuos y valida pruebas de mercado
- Atiende indicaciones del docente.
- Participa activamente en la clase
- Trabaja en equipo

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

- Prototipo..... 10%
 - Actividades prácticas..... 30%
 - Entrega proyecto final..... 25%
 - Presentación proyecto final... 35%
- Total.....100%**

Nota: Si el alumno no entrega el proyecto final o no participa en la presentación, no puede obtener una calificación aprobatoria, así mismo, la calificación de cada alumno debe ser considerada individualmente independientemente de que algunas actividades se lleven a cabo en equipo.

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Adán, P. y. (2015). <i>Emprendedor con éxito, 10 claves para generar modelos de negocio</i>. México: Alfa Omega.</p> <p>Alcaraz, R. (2020). <i>Emprendedor de éxito</i>. México: McGraw Hill.</p> <p>Bodie, Z., Kane, A. & Marcus, A. (2019). <i>Essentials of investments (11th. ed.)</i>. USA:Mc Graw</p> <p>Fleitman, J. (2018). <i>Atrévete a ser Emprendedor</i>. México D.F.: Editorial PAX México.</p> <p>Gitman, L.J. y Zutter, C.J. (2016). <i>Principios de administración financiera (14va. ed.)</i>. Recuperado de http://libcon.rec.uabc.mx:3079/eds/detail/detail?vid=0&sid=c677f594-7080-4024-ae3f-bbfa6c20fd37%40sessionmgr4008&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=cim.220361&db=cat05865a</p> <p>Griffin, Michael P (2015)) <i>How to Write a Business Plan : A Step-by-Step Guide to Creating a Plan That Gets Results Edition: Fifth edition. AMA Self-Study. 2015.eBook</i>. http://libcon.rec.uabc.mx:3017/ehost/detail/detail?vid=2&sid=4340bf11-2d1b-4634-8d18-510f2bcfe67a%40sessionmgr4008&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=1520878&db=e000xww</p> <p>Neck, H. C. (2 de febrero de 2021). <i>Entrepreneurship: The practice and Mindset</i>. Second edition. Student resources. Obtenido de https://edge.sagepub.com/neckentrepreneurship/student-resources</p>	<p>Anzola, S. (2002). <i>La actitud emprendedora: espíritu que enfrenta los retos del futuro</i>. . México: McGraw Hill.</p> <p>Aulet, B. (2013). <i>Disciplined entrepreneurship: 24 steps to help entrepreneurs launch successful new ventures</i>. California: Wiley.</p> <p>Baca. G. (2016). <i>Evaluación de proyectos (8ava. ed.)</i>. México: Mc Graw Hill. Recuperado de: https://libcon.rec.uabc.mx:443/lib/uabcsp/reader.action?docID=3214384</p> <p>Bachrach, E. (2014). <i>Ágilmente: aprende cómo funciona tu cerebro para potenciar tu creatividad y vivir mejor</i>. Buenos Aires: Grijalbo.</p> <p>Della, G. (02 de febrero de 2021). <i>El Canvas B: Diseñando modelos de negocios</i>. Obtenido de 3Vectores: https://innodrive.com/es/el-canvas-b-disenando-modelos-de-negocios-sostenibles/</p> <p>Soy Entrepreneur. (2 de 2 de 2021). <i>Soy Entrepreneur</i>. Obtenido de https://www.entrepreneur.com/topic/soyentrepreneur</p> <p>Kawasaki, G. (2015). <i>The art of the start 2.0: The time-tested, battle-hardened guide for anyone starting anything</i>. Portfolio/Penguin.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura de Desarrollo de Emprendedores, debe contar con un título de Licenciado en Administración de Empresas, Negocios Internacionales, Comercio Exterior, Informática, Contaduría o afines, o cualquier carrera con 2 años o más de experiencia como emprendedor, de preferencia con posgrado.

El profesor debe contar con las competencias básicas que son:

- Culturales: dominio de la materia que se imparte, además contar con una actitud abierta a la formación continua.
- Pedagógicas: habilidades didácticas, tutorías, técnicas de investigación, acción, conocimientos psicológicos y sociales.
- Conocimiento e interacción con el mundo, despertar en el alumno el interés por los contenidos.
- Aprender a aprender supone disponer de habilidades para iniciarse en el aprendizaje y ser capaz de continuar aprendiendo de manera cada vez más eficaz y autónoma de acuerdo a los propios objetivos y necesidades.
- Disposición para motivar a sus alumnos a aprender a aprender, un alto nivel de automotivación, para guiar adecuadamente a los alumnos a desarrollar esas mismas habilidades.

El docente buscará que la enseñanza logre que los alumnos sean:

- Competentes en el uso de las tecnologías
- Buscadores, analizadores y evaluadores de su conocimiento;
- Es preciso que solucionen problemas y tomen decisiones;
- Usuarios creativos y eficaces herramientas de productividad;
- Comunicadores, colaboradores, publicadores y productores; y
- Ciudadanos informados, responsables y capaces de contribuir a la sociedad.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Revenue Management para Empresas Turísticas
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Finanzas Aplicadas al Turismo

Equipo de diseño de PUA

Enrique Borja Báez
Juan Arturo Cedillo Marín
Omar Leonardo Valladares Icedo

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es que el estudiante adquiera los conocimientos y herramientas del revenue management para su correcta aplicación en el análisis de datos en empresas turísticas, para incidir en la toma adecuada de decisiones y el cumplimiento de los objetivos en estas.

Se imparte en la etapa terminal con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Finanzas. Es requisito haber aprobado la asignatura Finanzas Aplicadas al Turismo antes de cursar esta asignatura.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar datos con herramientas digitales que proporcionen información confiable, para coadyuvar en la adecuada toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos de la empresa, mediante la aplicación del revenue management, con discreción, proactividad e integridad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de análisis de casos reales de la industria turística regional con las herramientas que enuncian las funciones esenciales del revenue management.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Fundamentos de Revenue Management.

Competencia:

Identificar los fundamentos del revenue management, a través del análisis de información sobre la gestión de recursos en las empresas del sector turístico, para conocer sus posibilidades de aplicación en la región, con honestidad y precisión.

Contenido:

Duración: 4 horas

1.1 Gestión de ingresos

1.1.1 Gestión de recursos para el servicio de transporte

1.1.2 Gestión de recursos para el servicio de A y B

1.1.3 Gestión de recursos para el servicio de Hospedaje

1.2 Egresos

1.2.1 Gasto operativo

1.2.2 Gastos fijos y variables de una empresa turística

UNIDAD II. Revenue Management Aerolíneas. (Gestión de ingresos).

Competencia:

Identificar las herramientas y los indicadores del revenue management relacionados con aerolíneas, a través del estudio y análisis de casos reales, para conocer las variables financieras que afectan a una aerolínea, con responsabilidad, eficacia y eficiencia.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1 Desarrollo de KPIs por medio de herramientas digitales enfocados en aerolíneas y el rendimiento financiero
- 2.2 Impactos derivados de la aviación.
 - 2.2.1 KPI del desempeño de la aerolínea y el personal
 - 2.2.2 KPI de satisfacción al viajero
- 2.3 Creación de estrategias Cross selling, Upselling, RevPac (Revenue per available customer)

UNIDAD III. Revenue Management Hospedaje. (Gestión de ingresos).

Competencia:

Distinguir las herramientas y los indicadores del revenue management del hospedaje, a través de ejercicios y análisis de casos reales, para conocer las variables financieras que afectan a una empresa turística de hospedaje, con responsabilidad, eficacia y eficiencia.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 3.1 Desarrollo de KPIs por medio de herramientas digitales enfocados en empresas turísticas de hospedaje y el rendimiento financiero
- 3.2 Impactos derivados del Hospedaje.
 - 3.2.1 KPI del desempeño del personal
 - 3.2.2 KPI de satisfacción al cliente
- 3.3 KPI de hotelería (Key Performance Indicators= Indicadores Claves del Desempeño)
 - 3.3.1 RevPar (Revenue per available room)
 - 3.3.1.1 Ocupación promedio
 - 3.3.1.2 Tarifa promedio diaria
 - 3.3.2 RevPac (Revenue per available customer)
 - 3.3.3 GopPar (Ganancia operativa bruta por habitación disponible)
 - 3.3.3.1 Costos por huésped
 - 3.3.4 Gestionar recursos que faciliten la experiencia de hospedaje
 - 3.3.4.1 Estrategias tarifarias
 - 3.3.5 Creación de estrategias de Cross selling y Upselling

UNIDAD IV. Revenue Management Alimentos y Bebidas (Gestión de ingresos).

Competencia:

Distinguir las herramientas y los indicadores del revenue management en centros de consumo de alimentos y bebidas, a través del estudio y análisis de casos reales, para conocer las variables financieras que los afectan, con responsabilidad, eficacia y eficiencia.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1 Desarrollo de KPIs por medio de herramientas digitales enfocados en diversas empresas turísticas y el rendimiento financiero
- 4.2 Impactos derivados de la restauración.
 - 4.2.1 KPI del desempeño del personal
 - 4.2.2 KPI de satisfacción al cliente
- 4.3 KPI de de alimentos y bebidas
 - 4.3.1 Revenue por centro de consumo
 - 4.3.1.1 Costo promedio
 - 4.3.1.2 Cheque promedio por comensal
 - 4.3.2 RevPac (Revenue per available customer)
 - 4.3.3 RevPash (Revenue Per Available Seat Hour)
 - 4.3.3.1 Costos por huésped
 - 4.3.4 Creación de estrategias de Cross selling y Upselling

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Elaboración de presupuestos de venta y gastos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar el presupuesto de venta y gastos. 2. El docente proporciona la información del caso práctico. 3. Aplica las técnicas de presupuestación a casos prácticos de la industria turística. 4. Analiza los resultados de la aplicación de las técnicas. 5. Elabora un informe del presupuesto de venta y gastos. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales, etc) • Bibliografía. 	12 horas
UNIDAD II				
2	Resolución de casos prácticos aplicando los KPI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para resolver el caso práctico aplicando los KPI 2. El docente proporciona la información de los casos 3. Aplica los KPI que correspondan 4. Analiza los resultados de la aplicación de los KPI 5. Elabora un informe del análisis. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales, etc) • Bibliografía. • Uso de plataformas de reservaciones (Galileo, Sabre, entre otras) • Uso de simuladores (Company 	12 horas

			Game, entre otros similares)	
UNIDAD III				
3	Resolución de casos prácticos aplicando los KPI en empresas de hospedaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para resolver el caso práctico en una empresa de hospedaje aplicando los KPI 2. El docente proporciona la información de los casos 3. Aplica los KPI que correspondan 4. Analiza los resultados de la aplicación de los KPI 5. Elabora un informe del análisis. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales,etc) • Bibliografía. • Uso de plataformas de reservaciones (Galileo, Sabre, entre otras) • Uso de simuladores (Company Game, entre otros similares) 	12 horas
UNIDAD IV				
4	Resolución de casos prácticos aplicando los KPI en centros de consumo de alimentos y bebidas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para resolver el caso práctico en centros de consumo de alimentos y bebidas aplicando los KPI 2. El docente proporciona la información de los casos 3. Aplica los KPI que correspondan al centro de consumo de alimentos y bebidas 4. Analiza los resultados de la aplicación de los KPI 5. Elabora un informe del análisis. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos prácticos. • Material proporcionado por el docente. • Apuntes de clase. • Calculadora. • Computadora. • TICs (hojas de cálculo, sistemas especializados, plantillas digitales,etc) • Bibliografía. • Uso de plataformas de reservaciones (Galileo, Symphony A y B, MICROS POS System, entre otras) • Uso de simuladores (Company Game, entre otros similares) 	12 horas

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
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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%
- Prácticas de taller..... 30%
- Portafolio de casos prácticos..... 50%
- Total.....100%**

Nota: la evidencia de aprendizaje debe reflejarse en este apartado y tener un porcentaje considerado en la calificación total.

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Ascolese, G. (2015, 27 agosto). Cómo definir las KPIs en el sector viajes. Recuperado 7 de marzo de 2021, de https://www.wearemarketing.com/es/blog/como-definir-las-kpis-en-el-sector-viajes.html</p> <p>Gallego G., y Topaloglu H. (2019). <i>Revenue management and pricing analytics</i>. Suiza: Springer.</p> <p>Hammer, J. (2016). <i>Revenue Super Star!: The simple rules of hotel revenue management</i>. Estados Unidos: Kindle</p> <p>Helmold, M. (2020). <i>Total Revenue Management (TRM): Case Studies, Best Practices and Industry Insights</i>. Suiza: Editorial Springer</p> <p>Hereter G. (2020). <i>Introducción al revenue management para hoteles: Todo lo que necesitas saber para iniciarte en esta profesión</i>. CreateSpace Independent Publishing Platform</p> <p>Szende, P. (2021). <i>Hospitality Revenue Management: Concepts and Practices</i>. USA: Editorial Apple Academic Press Inc.</p>	<p>Cross R.G. (1997). <i>Revenue Management: Hard-core Tactics for market domination</i>. Estados Unidos: Broadway Books. [clásica]</p> <p>Diez Silva, H; Pérez Ezcurdia, M; Gimena Ramos, F. & Montes Guerra, M. (2012). Medición del desempeño y éxito en la dirección de proyectos. Perspectiva del Manager público. En www.redalyc.org [En línea]. [Consulta: 04/03/21]. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/206/20625032005.pdf [clásica]</p> <p>Morales, D. (1994). <i>Financiamiento Turístico (Fuentes Internas y Externas)</i>. México: Trillas. [clásica]</p> <p>Youshimata, A. (1995). <i>Control de Costos de Alimentos y Bebidas</i>. México: Diana. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Revenue Management para Empresas Turísticas debe contar con título de turismo, administración, finanzas, mercadotecnia o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado en área afín, experiencia laboral mínima de 2 años en el área del conocimiento, preferentemente con experiencia docente, conocimientos del idioma inglés, proactivo, facilidad de palabra, dominio de herramientas digitales.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Seminario de Innovación en el Turismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 00 HT: 00 HL: 00 HPC: 03 HCL: 00 HE: 00 CR: 03**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Marisa Reyes Orta
Ma. Cruz Lozano Ramírez
Elda Areli Luque

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es que el estudiante genere una propuesta de mejora innovadora a una institución pública o privada, vinculada a la cadena de valor de la actividad turística, a partir de un análisis desde una revisión documentada, empleando métodos para la identificación de buenas prácticas. La utilidad de esta radica en que le permite al estudiante brindar soporte global, reciente y válido, al desarrollo de la práctica real al interior de la misma, favoreciendo también el sentido crítico, innovador y creativo. Se busca que la propuesta derivada cumpla con el principio de relevancia y pertinencia social.

Se imparte en la etapa terminal, es de carácter obligatoria y pertenece al área de conocimiento Innovación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Proponer alternativas de mejora innovadoras al problema asignado, a partir de una revisión documental que involucre procesos de comparación y evaluación de casos, para identificar buenas prácticas, con creatividad, adaptación e innovación.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Documento académico donde se presenten alternativas de mejora a un problema asignado, para la identifiquen buenas prácticas de casos documentados. Deberá contener la estructura de un documento académico en Formato APA, en la edición más reciente.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
1	Identificación de casos documentados similares al caso asignado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para identificar los casos documentados similares al caso asignado. 2. Caracteriza y conoce los antecedentes de la empresa/institución u organismo. 3. Define y caracteriza el problema asignado. 4. Justifica la importancia de la problemática. 5. Define los criterios de búsqueda de los casos documentados (artículos de investigación, libros, tesis, informes técnicos, páginas oficiales; no mayor a cinco años y referencias clásicas, cuando éstas sean pertinentes). 6. Entrega un avance parcial al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software de citación y editor de texto • Metabuscaadores actuales (Google académico, Ebscohost, Elsevier) 	12 horas
2	Análisis de los casos similares documentados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar el análisis de los documentos académicos recuperados. 2. Recupera diversos documentos útiles para el análisis. 3. Organiza los documentos académicos en un gestor bibliográfico. 4. Lee y sintetiza la información, en un procesador de textos, identificando elementos clave (autores, empresas o institución, país, método; prácticas identificadas, resultados 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Gestor bibliográfico reciente. • Software de citación y editor de texto • Metabuscaadores actuales (Google académico, Ebscohost, Elsevier) 	16 horas

		<p>obtenidos o cualquier otro elemento útil).</p> <p>5. Integra una matriz donde se sinteticen todas las lecturas.</p> <p>6. Presenta un reporte de lectura (describiendo el tipo y cantidad de documentos, con las ideas principales) de no más de 250 palabras.</p>		
3	Identificación de buenas prácticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para identificar buenas prácticas. 2. Analiza la matriz síntesis. 3. Identifica las buenas prácticas. 4. Clasifica las buenas prácticas (puede ser por proceso-resultados; de mercadotecnia; por país; por tipo de empresa). 5. Describe o presenta las buenas prácticas identificadas en un documento académico. 6. Presenta avance parcial al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Gestor bibliográfico reciente. • Software de citación y editor de texto. 	10 horas
4	Propuestas y recomendaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la propuesta de mejora. 2. A partir de las buenas prácticas identificadas, desarrolla una lluvia de ideas, con creatividad y adaptación a las condiciones de la empresa y del entorno externo. 3. Pondera y evalúa las alternativas de solución. 4. Desarrolla la propuesta de solución. 5. Presenta el documento final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Gestor bibliográfico reciente • Software de citación y editor de texto 	10 horas

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):

- Presentación de encuadre
- Método de proyectos que incorpora una estancia empresarial
- Asesoría y seguimiento

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación aplicada
- Trabajo en equipo
- Consulta con expertos
- Integración de documentos técnicos
- Listas de cotejo
- Aplicación de acciones correctivas
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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

- Práctica 1 “Identificación de casos documentados similares al caso asignado”	20%
- Práctica 2 “Análisis de los casos similares documentados”	25%
- Práctica 3 “Identificación de buenas prácticas “	20%
- Práctica 4 “Propuestas y recomendaciones”	20%
- Documento de alternativas de mejora.....	15%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Álvarez-Aros, E. L., & Álvarez Herrera, M. (2018). Estrategias y prácticas de la innovación abierta en el rendimiento empresarial: Una revisión y análisis bibliométrico. <i>Investigación administrativa</i>, 47(121), 0-0.</p> <p>Wang, H., Peng, S., y Dong H. (2020). Innovation Research of International Talent Training Mode of Tourism Management Major in "The Belt and Road" Regions. <i>Journal of Landscape Research</i>. 12 (5), 109-112. ISSN: 1943-989X. DOI: 10.16785/j. ISSN1943-989x.2020.5.025</p>	<p>Do, B., Nguyen, N., D'Souza, C., Bui, H. D., & Nguyen, T. N. H. (2021). Strategic responses to COVID-19: The case of tour operators in Vietnam. <i>Tourism and Hospitality Research</i>, 0(0), 1-13.</p> <p>Díaz, J. H. C., & Echeverry, E. G. (2018). La innovación abierta y colaborativa: una experiencia de articulación entre el estado y la universidad. <i>Criterio Libre</i>, 16(28), 187-208.</p> <p>González-Pérez, L. I., Glasserman Morales, L. D., Ramírez-Montoya, M. S., & García-Peñalvo, F. J. (2017). Repositorios como soportes para diseminar experiencias de innovación educativa. <i>Innovación Educativa. Investigación, formación, vinculación y visibilidad</i>. 259-271. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/328890821_Repositorios_como_soportes_para_diseminar_experiencias_de_innovacion_educativa</p> <p>Lita, R. P., Faisal, R.F. Meuthia, M., (2020). Enhancing small and medium enterprises performance through innovation in Indonesia A framework for creative industries supporting tourism. <i>Journal of hospitality and tourism technology</i>. 11(1), 155-176. DOI: 10.1108/JHTT-11-2017-0124</p> <p>Montanes-Del-Rio, M. A., y Medina-Garrido, J. A. (2020). Determinants of the Propensity for Innovation among Entrepreneurs in the Tourism Industry. <i>Sustainability</i>. 12(12), 2-18.</p> <p>Pacheco, A. A., Robles, I., Isuiza, D. D., y Añaños, M. A. (2021). Digital transformation model for the development of tourism companies. <i>3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico</i>. Edición Especial Tourism and University: Backbone of Peruvian Economy, 47-61. https://doi.org/10.17993/3cemp.2021.</p> <p>Presenza, A. Panniello, U. y Messeni, P. A. (2020). Tourism multi-</p>

	<p>sided platforms and the social innovation trajectory: The case of Airbnb. <i>Creativi</i> 30(1), 47-62 DOI: https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.1111/caim.12394</p> <p>Sánchez, R. G. (2011). 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</i>, 9(4), 489-502.</p> <p>Suhartanto, D., Dean, D., Sarah, I. S., Hapsari, R., Amalia, F. A., & Suhaeni, T. (2020). Does religiosity matter for customer loyalty? Evidence from halal cosmetics. <i>Journal of Islamic Marketing</i>. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2020-0069</p> <p>Verreynne, M. L., Williams, A. M., y Ritchie, W. (2019). Innovation diversity and uncertainty in small and medium sized tourism firms. <i>Tourism Management</i>. (72), 257-269</p>
--	--

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Seminario de Innovación en el Turismo deberá contar con posgrado en el área económico-administrativo, con habilidades en investigación-acción y experiencia en la implementación de estrategias y/o proyectos en instituciones públicas o privadas. Se requiere experiencia docente comprobable de al menos dos años. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Gestión de la Calidad en Turismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 00 HT: 00 HL: 00 HPC: 03 HCL: 00 HE: 00 CR: 03**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Alejandro Zazueta Valenzuela
Marisa Reyes Orta

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Gestión de la Calidad en el Turismo es que el estudiante haga evidente la formación de competencias para el diseño de planes de mejora, aplicables a una empresa. Este producto, le permitirá, contribuir al fortalecimiento de la cultura de la calidad en la empresa. Así mismo, favorece la obtención de resultados y cumplimiento del programa de gestión de calidad, estableciendo objetivos, estrategias y acciones eficientes. Se imparte en la etapa terminal del plan de estudios, con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Calidad.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar acciones correctivas para la mejora continua de una empresa, a partir de la realización de un diagnóstico y elaboración de plan estratégico empleando un sistema o herramienta de gestión, acordes a las políticas de la empresa o institución, que contribuyan a su competitividad, con responsabilidad e integridad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Informe técnico donde se presente una propuesta de acciones correctivas de un problema identificado en el área asignada donde se emplee una herramienta de gestión, que incluya el diagnóstico, plan de mejora, a nivel diseño de acciones correctivas.

V. CONTENIDO

- 1.1. Identificar las características de la empresa y su grado de desarrollo.
- 1.2. Analizar los sistemas y herramientas de gestión de calidad disponibles.
- 1.3. Evaluar y seleccionar un sistema de gestión aplicable.
- 2.1. Construcción de herramientas de auditoría.
- 2.2. Validación de las herramientas de auditoría.
- 2.3. Realización de auditoría, recolección de datos y evaluación de desempeño de indicadores.
- 2.4. Informe técnico de los resultados de la auditoría.
- 3.1. Búsqueda e identificación de buenas prácticas.
- 3.2. Evaluación de alternativas.
- 3.3. Desarrollo de estrategias (indicadores SMART)
- 3.4. Definición de indicadores de desempeño y sus métricas.
- 4.1. Redacción de estrategias a nivel operativo.
- 4.2. Desarrollo de documentación técnica para guiar la implementación y cumplimiento de las acciones correctivas.
- 4.3. Redacción de informe técnico y presentación oral ante usuario del proyecto.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
1	Evaluación y selección del instrumento de gestión.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la evaluación y selección del instrumento. 2. Caracteriza y conoce los antecedentes de la empresa/institución u organismo. 3. Identifica y caracteriza los procesos y procedimientos que involucran en el área asignada. 4. Selecciona el instrumento de gestión aplicable, considerando el tipo, grado de desarrollo y capacidad de la empresa. 5. Realiza una evaluación diagnóstica siguiendo el instrumento de gestión seleccionado. 6. Entrega un avance parcial al docente para integrarlo a su proyecto final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Manuales organizacionales. • Herramientas de gestión de calidad. • Software especializado. 	12 horas
2	Diagnóstico de la situación real de la empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para documentar el informe técnico. 2. Integra la información obtenida. 3. Analiza los resultados obtenidos. 4. Evalúa el desempeño identificando acciones de no conformidad. 5. Identifica y agrupa las posibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Manuales organizacionales. • Herramientas de gestión de calidad. • Software especializado. 	16 horas

		<p>líneas de acción.</p> <p>6. Entrega un avance parcial al docente para integrarlo a su proyecto final.</p>		
3	Análisis y desarrollo de estrategias como acciones correctivas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para el desarrollo de acciones correctivas. 2. Fija metas globales a corto plazo (no mayor a 12 meses). 3. Diseña estrategias siguiendo la metodología SMART. 4. Establece las acciones correctivas. 5. Entrega un avance parcial al docente para integrarlo a su proyecto final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Manuales organizacionales. • Herramientas de gestión de calidad. • Software especializado. 	10 horas
4	Diseño de acciones correctivas a la cultura de calidad de la empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para el diseño del plan de acción y redacción de informe ejecutivo. 2. Selecciona las herramientas de gestión de calidad para implementar la acción correctiva. 3. Diseña la evaluación y seguimiento de la acción correctiva. 4. Integra el informe al informe técnico. 5. Realiza la exposición oral frente al responsable académico y empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Manuales organizacionales. • Herramientas de gestión de calidad. • Software especializado. 	10 horas

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):

- Presentación de encuadre
- Método de proyectos que incorpora una estancia empresarial
- Asesoría y seguimiento

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación aplicada
- Trabajo en equipo
- Consulta con expertos
- Integración de documentos técnicos
- Listas de cotejo
- Aplicación de acciones correctivas
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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

- Práctica 1 "Evaluación y selección del instrumento de gestión"	20%
- Práctica 2 "Diagnóstico de la situación real de la empresa"	25%
- Práctica 3 "Análisis y desarrollo de estrategias como acciones correctivas"	20%
- Práctica 4 "Diseño de acciones correctivas a la cultura de calidad de la empresa" (borrador de informe técnico).....	20%
- Informe técnico y presentación final.....	15%
Total	100%

Nota: Las prácticas se consideran exámenes parciales.

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Alzate-Ibáñez, A. M., Ríos, J. F. R., & Montoya, L. M. B. (2019). Modelo para la implementación de un sistema integrado de gestión de calidad y ambiental en una empresa siderúrgica. <i>Ciencias Administrativas</i>, (13), 032-032.</p> <p>Drosos, D., Skordoulis, M., Chalikias, M., Kalantonis, P., & Papagrorgoriou, A. (2017). <i>The impact of ISO 9001 quality management system implementation in tourism SMEs. In Tourism, Culture and Heritage in a Smart Economy</i>. Germany: Springer, Cham.</p> <p>Michelena-Fernández, E., & Cabrera-Monteagudo, N. (2011). Una experiencia en la implementación del sistema de gestión de la calidad de una empresa de servicio. <i>Ingeniería Industrial</i>, 32(1), 60-68.</p> <p>Mok, C., Sparks, B., & Kadampully, J. (2013). <i>Service quality management in hospitality, tourism, and leisure</i>. United States of America: Routledge. [clásica].</p> <p>Molina, P. G. (2017). <i>Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo</i>. España: Tutor Formación.</p> <p>Moutinho, L., & Vargas-Sanchez, A. (Eds.). (2018). <i>Strategic Management in Tourism</i>. United Kingdom: CABI Tourism Texts. Cabi.</p>	<p>Almaimoni, H., Altuwaijri, N., Asiry, F., Aldossary, S., Alsmadi, M., Al-Marashdeh, I., & Alrajhi, D. (2018). Developing and implementing web-based online destination information management system for tourism. <i>International Journal of Applied Engineering Research</i>, 13(10), 7541-7550.</p> <p>Konovalova, E. E., Yudina, E. V., Bushueva, I. V., Uhina, T. V., & Lebedev, K. A. E. (2018). Forming approaches to strategic management and development of tourism and hospitality industry in the regions. <i>Journal of Environmental Management & Tourism</i>, 9(2(26)), 241-247.</p> <p>Palomeque, F. L., Delgado, A. T., Urgell, X. F., & Miracle, D. S. (2018). Gestión sostenible de destinos turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona. <i>Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles</i>, (77), 428-461.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta asignatura deberá tener título de licenciatura en gestión turística, turismo o afín, administrador de empresas, con conocimientos de sistemas de gestión de calidad, mapeo de procesos o auditoría de procedimientos, preferentemente con estudios de posgrado, con cuatro años de experiencia laboral o certificación en el área. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Ecoturismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 01 HL: 00 HPC: 02 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Rodrigo Alfonso Ortega Avilés
Elda Areli Luque

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es brindar al estudiante un panorama general del ecoturismo a partir del análisis de sus antecedentes y de su relación con el medio ambiente y la sociedad. Esto le permitirá tener las bases contextuales para desarrollar una postura crítica en cuanto a la aplicación del ecoturismo en el país y comprender su importancia en el cuidado de la biodiversidad ambiental y cultural.

Se imparte en la etapa básica con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Valorar el ecoturismo, a través del análisis de su relación con el medio ambiente y la sociedad, para determinar su aplicación en el mercado ecoturístico nacional, con actitud reflexiva, tolerancia y respeto a la biodiversidad ambiental y cultural.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Desarrolla un anteproyecto, el cual procure de manera sostenible diseñar y planificar un producto ecoturístico que analice las implicaciones de la interpretación que estos conceptos tienen, en la conservación de los recursos naturales y/o el patrimonio cultural en un espacio geográfico determinado, dentro del mercado nacional.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Turismo y Medio Ambiente.

Competencia:

Identificar los principios del ecoturismo como una herramienta de desarrollo alternativo, mediante el análisis de su evolución, las declaraciones de los organismos internacionales como respuestas a los impactos del turismo convencional en el medio ambiente, así como del código de ética, para comprender su importancia en el contexto de la sostenibilidad y como estrategia ante los problemas ambientales de la actualidad, con actitud reflexiva, respeto a la biodiversidad y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 1.1 Turismo de gran impacto y convencional
 - 1.1.1 Afectaciones socioambientales del turismo
 - 1.1.2 La Posición de la OMT ante el turismo y medio ambiente
- 1.2 Definiendo el ecoturismo
 - 1.2.1 Antecedentes históricos del ecoturismo
 - 1.2.2 Declaración de Quebec
 - 1.2.2 Desarrollo sustentable en el sector turismo
 - 1.2.3 Carta de la Tierra
 - 1.2.4 Ecoturismo como alternativa de conservación del medio ambiente
 - 1.2.5 Diferencias entre turismo convencional y ecoturismo
 - 1.2.6 Tipos de ecoturismo
- 1.4 Los objetivos del desarrollo sostenible
- 1.5 El código ético mundial del turismo
- 1.6 Cambio climático y calentamiento global
 - 1.6.1 Contaminación
 - 1.6.2 Deforestación y pérdida de recursos forestales
 - 1.6.3 Escasez de agua
- 1.7 Código de ética del turismo responsable
 - 1.7.1 Los diez mandamientos de los ecoturistas

UNIDAD II. Turismo y Sociedad

Competencia:

Demostrar la relación que tiene la práctica ecoturística con el territorio y las comunidades locales receptoras, partiendo de una perspectiva participativa, así como comunitaria, con el objetivo comprender la necesidad del cumplimiento de estándares de formulación de proyectos ecoturísticos comunitarios, con respeto, honestidad y actitud colaborativa.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1 La práctica social del turismo
 - 2.2.1 Tipos de relación entre el turismo y el territorio
- 2.2 Ecoturismo comunitario
 - 2.2.1 Organización comunitaria y autodiagnóstico
 - 2.2.1.1 Planeación rural participativa
 - 2.2.1.2 Formas de constitución legal
- 2.3 Estándares para la formulación de proyectos ecoturísticos comunitarios
 - 2.3.1 Fases de los estándares de WWF (certificación socioambiental)

UNIDAD III. Ecoturismo en México.

Competencia:

Analizar el ecoturismo en México, a partir de la identificación del contexto, la legislación y la creación de políticas públicas que fomenten su desarrollo, y con esto determinar si se cumplen con los compromisos de conservación y sostenibilidad de los ecosistemas al igual que de la biodiversidad mexicana, con actitud reflexiva, pensamiento crítico y razonamiento lógico.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1 Ecosistemas y biodiversidad Mexicana
 - 3.1.1 Geografía ecológica nacional
 - 3.1.2 Patrimonio natural y cultural de México
 - 3.1.3 El Libro rojo de las especies amenazadas mexicanas
- 3.2 Ecoturismo en el contexto mexicano
 - 3.2.1 Áreas naturales protegidas
 - 3.2.2 Estrategia nacional de ecoturismo
 - 3.2.3 Políticas públicas para el ecoturismo
 - 3.2.3.1 Programas de manejo, capacidad de carga y M. I. A.
 - 3.2.3.2 Normatividad en materia de áreas naturales y ecología.
 - 3.2.3.2.1 Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA)
 - 3.2.3.2.2 NMX-AA-133-SCFI-2013. Requisitos y especificaciones de sustentabilidad del ecoturismo
 - 3.2.3.2.3 Otras.
- 3.3 Caso de estudio

UNIDAD IV. Mercado Ecoturístico Nacional

Competencia:

Examinar los intereses y comportamientos del consumidor ecoturístico, mediante la revisión del catálogo de empresas ecoturísticas mexicanas socialmente responsables, para reconocer la relevancia del ecoturismo en cuanto al desarrollo, la conservación de los recursos naturales y la cultura, con actitud analítica, empatía y solidaridad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1 Perfil del ecoturista
 - 4.1.1 Identificación de intereses de los ecoturistas
 - 4.1.2 Comportamiento del consumidor ecoturístico
- 4.2 Empresas turísticas responsables con el medio ambiente
- 4.3 Conservación y desarrollo
 - 4.3.1 Gobernanza ambiental
 - 4.3.2 Desarrollo rural
 - 4.3.3 Educación ambiental
- 4.4 Caso de estudio

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Carta de la Tierra: “Conocer otras formas de vida”.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para realizar la actividad Carta de la Tierra 2. Da lectura al segundo párrafo de la Carta de la Tierra 3. Da una caminata corta en un área natural cercana. 4. Observa el entorno y escucha 5. Encuentra un ser vivo para entrevistar (árbol, ardilla, cualquier otro ser vivo, o un sistema vivo más grande como una masa de agua. 6. Entrevista al ser vivo <ol style="list-style-type: none"> a) ¿Cuántos años tienes? b) ¿Qué fuerzas de la naturaleza o incertidumbres has experimentado en la vida? c) Desde tu punto de vista, ¿qué es lo que la Tierra provee que es esencial para que tú y para que los de tu especie sobrevivan y para que tu especie evolucione? 7. Comparte las respuestas y lo que comprendió de la actividad 	<ul style="list-style-type: none"> • Copia impresa o digital de la “Carta de la Tierra” de Lynda Hill • Cuaderno. • Lápiz o pluma 	5 horas

		<p>con sus compañeros para sacar conclusiones respecto a esta actividad.</p> <p>8. Elabora un reporte de la actividad y lo entrega al docente para su retroalimentación.</p>		
UNIDAD II	Juego de Simulación Ambiental: "Autopista de Spring Green".	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para realizar la actividad "Autopista Spring Green". 2. Recibe alguna de las tarjetas de personaje y estudia el rol que te corresponde representar. 3. Da lectura al periódico "Ildridge Gazette", para conocer las implicaciones del juego de simulación. 4. Lleva a cabo una plenaria junto con tus demás compañeros de clase, para confrontar las posturas que están a favor o en contra del proyecto de autopista. 5. Observa y escucha atentamente todas las opiniones y repercusiones que puede representar para los distintos personajes y ubicaciones del pueblo. 6. Realiza un informe recopilatorio de los conflictos y confrontaciones para la nueva edición del periódico local. 7. Elabora un reporte de la actividad y lo entrega al 	<ul style="list-style-type: none"> • Copias impresas de las tarjetas de personajes del Juego "Autopista Spring Green" de Niel Lester. • Tijeras (2). • Proyector o cañón para visualizar mapa del pueblo. 	6 horas

		docente para su retroalimentación.		
UNIDAD III				
3	Juego de Educación Ambiental: ¿Cuántas garzas pueden vivir aquí?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para realizar la actividad “¿Cuántas garzas pueden vivir aquí?”. 2. Observa atentamente algunas de las fotografías que captan posturas de garzas en vida silvestre. 3. Ahora debes tratar de imitar algunos de estos comportamientos de las garzas. 4. Cuando sea el momento, buscarás de alguna forma poder mantenerte dentro del círculo de la vida, para no <i>extinguirte</i>. 5. Comparte tus impresiones y experiencias y lo que comprendiste de la actividad con tus compañeros para sacar conclusiones respecto al tema: competencia, sobrevivencia, espacio y extinción. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Palito o estaca. ● Cuerda (5m). ● Proyector. ● Imágenes varias de garzas en vida libre. 	5 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Visita a sitio de restauración ecológica.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visita y conoce un sitio de restauración ecológica: (Laguna Grande, Arroyo Alamar o similar). 2. Realiza una caminata guiada por un experto en tema ambiental. 3. Observa y escucha los diversos tipos de fauna silvestre. 4. Recorre y aprende en los módulos informativos. 5. Elabora un reporte de tu visita, reflexionando sobre la importancia de conservar este tipo de sitios y su relación con el ecoturismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte. • Guía de Campo • Fichas de datos. • Cuaderno. • Lápiz o pluma. • Binoculares. 	8 horas
UNIDAD II				
2	Visita a planta de tratamiento de aguas residuales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visita y conoce una planta de tratamiento de aguas residuales: (Las Arenitas, La Morita o similar). 2. Atiende la bienvenida y explicación inicial por parte de administradores de PTAR. 3. Recorre y aprende en los módulos informativos. 4. Elabora un reporte de tu visita, identificando los principales beneficios que 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte. • Fichas de datos. • Cuaderno. • Lápiz o pluma. 	8 horas

		brinda este tipo de complejos a la sociedad.		
UNIDAD III				
3	Visita a sitio de trabajo comunitario ecológico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visita y conoce un sitio de trabajo con la comunidad por su medio ambiente: Laguna México, Estuario del Río Tijuana o similar). 2. Realiza una caminata guiada por un voluntario en tema ambiental. 3. Participa en las labores de limpieza y saneamiento que se tienen programadas. 4. Observa y escucha los diversos tipos de fauna silvestre. 5. Elabora un reporte de tu visita, analizando las principales causas que contaminan o degradan este tipo de ecosistemas, y determina de qué forma colaboran a su protección las comunidades locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte. • Cuaderno. • Lápiz y pluma. • Binoculares. • Guantes para jardinería. • Sacos (reciclados) o bolsas para basura. 	8 horas
UNIDAD IV				
4	Visita a eco-parque.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visita y conoce un espacio administrado como producto ecoturístico: (El Centinela Ecoparque, Ecoparque Tijuana o similar). 2. Realiza una caminata guiada por un experto en tema ecoturístico. 3. Recorre y aprende en los módulos informativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte. • Cuaderno. • Lápiz y pluma. 	8 horas

		<ol style="list-style-type: none">4. Entrevista a algún operador ecoturístico del sitio, para conocer las técnicas y capacitaciones que debe realizar para ofrecer su servicio.5. Elabora un reporte de tu visita, examinando las estrategias de mercado y esquemas educativos o de desarrollo social que se ejecuten en el ecoparque.		
--	--	---	--	--

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
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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 y trabajos.....	20%
- Prácticas de taller.....	10%
- Prácticas de campo.....	20%
- Anteproyecto.....	30%
Total.....	100%

Nota: la evidencia de aprendizaje debe reflejarse en este apartado y tener un porcentaje considerado en la calificación total.

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas. (2018). Marco Estratégico de Turismo Sustentable en Áreas Protegidas de México. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. México. Recuperado de https://www.conanp.gob.mx/acciones/advc/MarcoEstrategico.pdf</p> <p>Diario Oficial de la Federación. (7 de abril 2014). NMX-AA-133-SCFI-2013. Requisitos y Especificaciones de Sustentabilidad del Ecoturismo.</p> <p>Díaz, P. (2019). <i>Informe de Ecoturismo y Turismo de Naturaleza</i>. Ostelea, España: Escuela Universitaria Internacional. Recuperado de https://www.ostelea.com/sites/default/files/2020-05/Informe_Ecoturismo.pdf</p> <p>Fennell, D.A. (2020). <i>Ecotourism</i>. (5th ed.). London: Routledge</p> <p>Madrid, F., y Casar, J. (2018). <i>Turismo y desarrollo social: nuevas razones de Estado para una política turística</i>. México: Universidad Anáhuac de México y El Colegio de México</p> <p>Price, R. H. (2017). <i>Ecotourism and Sustainable Tourism: Management, Opportunities and Challenges</i>. Nova Science Publishers, Inc. Recuperado de https://libcon.rec.uabc.mx:5471/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1457908&lang=es&site=ehost-live</p> <p>Rebollo, N. (2012). <i>Ecoturismo</i>. México: Red Tercer Milenio [clásica]</p>	<p>Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. (2008) <i>Capital natural de México</i>. México: Autor. Recuperado de https://web.archive.org/web/20191010212845/https://www.biodiversidad.gob.mx/pais/conocimientoActual.html [clásica]</p> <p>Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (1988, reformada el 13 de mayo de 2016). Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/131861/41_LEY_GENERAL_DEL_EQUILIBRIO_ECOL_GICO_Y_LA_PROTECCION_AL_AMBIENTE.pdf</p> <p>National Geographic en español. (2019). <i>10 países con una gran biodiversidad</i>. [imágenes]. Recuperado de https://www.ngenespanol.com/traveler/10-paises-con-una-gran-biodiversidad/</p> <p>Organización de las Naciones Unidas. (s.f.). <i>Objetivos de Desarrollo Sostenible</i>. Recuperado de https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/</p> <p>Organización de las Naciones Unidas. (Noviembre, 2015). Resolución A/RES/70/1 Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. [Asamblea General] Autor. Recuperado de https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=S [clásica]</p> <p>Organización Mundial del Turismo. (2001). <i>Código ético mundial para el turismo</i>. https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf [clásica]</p>

<p>Rivera, F., y Pavez, C. (2012). <i>Planificación y gestión del ecoturismo comunitario con comunidades indígenas</i>. Valdivia, Chile: World Wildlife Foundation [clásica]</p> <p>Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2017). Cuadernos de Divulgación Ambiental: Turismo Sustentable en México. México: Gobierno Federal</p> <p>Suárez, G., Bello, B. Hernández, R. (2016). Ecoturismo y el trabajo invisibilizado de las mujeres en la Selva Lacandona, Chiapas. <i>El Periplo Sustentable</i>, 31. Recuperado de http://aleph.ecosur.mx:8991/exlibris/aleph/a22_1/apache_media/C1A7VQMRNQUEJ9FTL1Q3ULQN9R7C65.p</p> <p>Wearing, S. & Schweinsberg, S. (2019). <i>Ecotourism Transitioning to the 22nd Century</i>. 3rd. Edition. London. Ed. Routledge</p>	<p>Organización Mundial del Turismo. (2002). Declaración de Quebec. [Asamblea General]. Quebec, Canadá: Cumbre Mundial del Ecoturismo. [clásica]</p> <p>Secretaría de Turismo. (2004) <i>Cómo desarrollar un proyecto de Ecoturismo</i>. México: Gobierno Federal. [clásica]</p> <p>United Nations Development Programme. (2020). <i>Human Development Reports 2020. The next frontier. Human Development and the Anthropocene</i>. United Nations Development Programme. http://www.hdr.undp.org</p>
---	---

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura de Ecoturismo deberá tener título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística, Licenciado en Geografía, o área afín. Ostentar conocimiento del ecoturismo en México. Preferentemente con posgrado en área afín. Experiencia laboral de dos años en el área del turismo y preferentemente con 2 años de experiencia docente. Ser proactivo, analítico y que fomente la pasión por el turismo en México y el cuidado de su biodiversidad.

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, Mexicali y Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Mercadotecnia
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Diseño Gráfico
- 5. Clave:**
- 6. HC:** 01 **HT:** 00 **HL:** 03 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 01 **CR:** 05
- 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

Firma

**Vo.Bo. de subdirector(es) de
Unidad(es) Académica(s)**

Firma

Juan Raúl Padilla Landín
Dulce Iris Reyes Portillo
Patricio Roberto Vázquez Alcázar

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es habilitar al estudiante en el entendimiento de la terminología técnica básica de diseño gráfico, la utilidad de ésta radica en que le permite al estudiante colaborar en equipos multidisciplinarios para el desarrollo de estrategias de comunicación alineadas a los objetivos de mercadotecnia de la organización.

Se imparte en la etapa básica con carácter obligatorio, pertenece al área de conocimiento de Comercialización y Ventas. En el programa educativo Licenciado en Gestión Turística se impartirá en la etapa básica con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento Formación Integral

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los principios básicos de diseño gráfico, mediante el uso de tecnologías de la información especializadas en el área, para la creación de material visual aplicado a las necesidades de las organizaciones, con creatividad, honestidad y respeto.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Portafolio de prácticas de laboratorio donde demuestre la aplicación de los principios básicos de diseño gráfico.
2. Proyecto integrador de diseño gráfico que incluya el rediseño o creación de una marca y sus diversas aplicaciones visuales publicitarias, tanto físicas como digitales.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Terminología y principios de diseño gráfico básico

Competencia:

Demostrar el entendimiento de la terminología del diseño gráfico, a través de la aplicación de los mismos, con el propósito de comunicar un mensaje, de manera ordenada y efectiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1 Elementos del diseño
 - 1.1.1 Conceptos básicos
 - 1.1.1.1 Comunicación
 - 1.1.1.1.1 Estructura del mensaje gráfico
 - 1.1.1.1.2 Mensaje
 - 1.1.1.1.3 Concepto
 - 1.1.1.2 Significado y significante
- 1.2 Composición y distribución
 - 1.2.1 Layout
 - 1.2.2 Retícula / Grid
 - 1.2.3 Alineación
 - 1.2.4 Armonía y balance
 - 1.2.5 Grouping
- 1.3 Percepción / Leyes de Gestalt
- 1.4 Aplicación en Software de diseño (Adobe Illustrator).

UNIDAD II. Teorías del color

Competencia:

Analizar las diferentes teorías del color y sus elementos, a través de su aplicación en productos visuales alineados con los intereses de una audiencia específica, para establecer una comunicación eficaz compatible a los objetivos de una organización, mostrando actitud responsable, respetuosa y creativa.

Contenido:

Duración: 3 horas

2.1 Concepto

2.2 Características

2.3 Psicología del color

2.4 Interacciones del color

2.4.1 Creación de paleta de color

2.4.2 Modo de color (RGB, CMYK, Pantone)

2.5 Aplicaciones del color en el Diseño Gráfico (publicitario, corporativo, web, editorial).

2.5 Aplicación en Software de diseño (Adobe Illustrator y Photoshop).

UNIDAD III. Originales mecánicos y digitales

Competencia:

Diferenciar los diferentes formatos y sus requerimientos, a partir del entendimiento de sus características principales, con la finalidad de seleccionar adecuadamente el medio para una ejecución estratégica congruentes a las necesidades de una organización, con pertinencia, atención a los detalles y visión del entorno internacional.

Contenido:

Duración: 5 horas

3.1 Originales mecánicos

3.1.1 Tamaños de sustratos.

3.1.2 Tamaños de impresión.

3.1.3 Tipos / Sistemas de impresión.

3.1.4 Requerimientos para los formatos de impresión.

3.2 Composición digital Originales digitales / Archivos digitales

3.2.1 Wireframe

3.2.2 Elementos web corporativos y sus aplicaciones (Sitio web, Página web, Landing page, etc.)

3.2.3 Redes Sociales (características, formatos, tamaños, etc.)

3.2.4 Requerimientos para los formatos digitales.

3.3 Aplicación en Software de diseño (Adobe Illustrator y Photoshop).

UNIDAD IV. Roles en diseño gráfico

Competencia:

Distinguir las funciones y especialidades más comunes del proceso de producción de diseño gráfico, a través de la identificación de las funciones, alcances, fortalezas y responsabilidades generales de las disciplinas y especializaciones involucradas, con el propósito de comunicar de manera efectiva y asertiva con los profesionales dentro de las empresas, agencias o departamentos de diseño para garantizar los objetivos de comunicación de las empresas con una actitud respetuosa, solidaria y de integración.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1 Disciplinas de apoyo al diseño gráfico
 - 4.1.1 Proofreader / Corrector de estilos
 - 4.1.2 Image researcher
 - 4.1.3 Fotógrafo
 - 4.1.4 Ilustrador
 - 4.1.5 Editor de Vídeo
 - 4.1.6 Modelado y Animación
- 4.2 Especializaciones en diseño gráfico
 - 4.2.1 Diseño Publicitario
 - 4.2.2 Diseño Web
 - 4.2.3 Diseño Editorial
 - 4.2.4 Diseño de Empaque (Packaging)
 - 4.2.5 Diseño de Identidad e Imagen Corporativa

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE LABORATORIO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Mapa conceptual sobre conceptos básicos del diseño.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las indicaciones del docente. 2. Descarga el material compartido en la plataforma. 3. Realiza una investigación más amplia sobre el tema. 4. Desarrolla un mapa conceptual sobre el tema. 5. Entrega el archivo en tiempo y forma, siguiendo las indicaciones del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet. ● Software para mapas conceptuales o presentaciones (Power point, C maps, etc.) 	3 horas
2	Introducción al programa ilustrador y aplicación de conceptos básicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende la explicación del docente sobre la importancia del programa ilustrador dentro del diseño gráfico y el área de trabajo (mesa de trabajo, menús, barra de herramientas entre otros). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet. ● Software especializado de diseño (Adobe Illustrator). ● Adobe (2020a). <i>Guía del usuario de Illustrator</i>. Recuperado de 	3 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Identifica las herramientas del programa y figuras básicas. 3. Diseña una composición sencilla donde se integren figuras geométricas , textos, layout , grid, alineación de los elementos, agrupación armonía y balance entre ellos. 4. Guarda el documento en el formato que corresponde. 5. Entrega el archivo en tiempo y forma, siguiendo las indicaciones del docente. 	<p>https://helpx.adobe.com/mx/illustrator/user-guide.html</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Elam, K (2007) Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía, editorial Gustavo Gilli. 	
3	Diseño de anuncio publicitario con características generales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para conocer y elaborar un anuncio publicitario básico 2. Aplica los conceptos aprendidos de layout, grid, alineación entre otros. 3. Analiza los elementos (textos, imágenes, formas, texturas) y los organiza de forma adecuada a las necesidades del mismo. 4. Guarda el documento en el formato correspondiente para su revisión. 5. Entrega el archivo en tiempo y forma, siguiendo las indicaciones del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet. ● Software especializado de diseño (Adobe Illustrator). ● Elam, K (2007) Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía, editorial Gustavo Gilli. 	3 horas
UNIDAD II				

4	Psicología del color aplicada al diseño publicitario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para elaborar la práctica. 2. Aplica la psicología del color para el rediseño de un volante publicitario 3. Analiza los elementos dentro del diseño y elige cuales son los colores más apropiados según el tema. 4. Aplica el color para el rediseño dentro del programa. 5. Justifica su aplicación. 6. Guarda el documento en el formato correspondiente y envía al docente para su revisión. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet. ● Software especializado de diseño (Adobe Illustrator). ● Heller, E. (2010) . editorial Gustavo Gilli. 	3 horas
5	Esquemas de color del círculo cromático.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para elaborar la práctica. 2. Realiza un diseño básico en el programa illustrator 3. Analiza cada esquema de color del círculo cromático estudiado (colores complementarios, monocromáticos, primarios, etc) 4. Elige, repite y aplica 4 esquemas básicos al mismo diseño duplicado. 5. Analiza las diferencias, efectos y cambios del color dentro del mismo. 6. Escribe las conclusiones obtenidas en el ejercicio. 7. Guarda el documento y lo envía para su revisión. 8. Entrega el archivo en tiempo y forma, siguiendo las indicaciones del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet. ● Software especializado de diseño (Adobe Illustrator). ● Adobe (2020a). <i>Guía del usuario de Illustrator</i>. <i>Recuperado de</i> https://helpx.adobe.com/mx/illustrator/user-guide.html 	3 horas

6	Manejo de códigos de color	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para elaborar la práctica 2. Realiza un diseño publicitario para su impresión y otro para promocionar en redes sociales 3. Analiza y aplica los códigos de color según las necesidades de cada uno (RGB, CMYK, Pantones) 4. Guarda cada documento en los formatos correspondientes para impresión y para publicación en web. 5. Envía los documentos para su revisión, en tiempo y forma 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet. • Software especializado de diseño (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop) • Adobe (2020a). <i>Guía del usuario de Illustrator</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/illustrator/user-guide.html • Adobe. (2020b). <i>Guía del usuario de Photoshop</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/photoshop/user-guide.html 	3 horas
UNIDAD III				
7	Diseño de publicación en Landing Page y RRSS.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el ejercicio. 2. Define la marca y sigue los parámetros del profesor para desarrollar el ejercicio. 3. Diseña una Landing page que cumpla con el brief proporcionado por el profesor. 4. Diseña un material publicitario para visitar la Landing Page, adaptado para diversas redes sociales (al menos 3 diferentes) y exportarlas en los formatos óptimos para su publicación. 5. Publica la Landing page y la publicidad de la misma. 6. Toma capturas de pantalla 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet. • Software especializado de diseño (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop) • Adobe (2020a). <i>Guía del usuario de Illustrator</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/illustrator/user-guide.html • Adobe. (2020b). <i>Guía del usuario de Photoshop</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/photoshop/user-guide.html 	9 horas

		<p>como evidencia de la publicación y crea un archivo PDF con las capturas y los archivos promocionales.</p> <p>7. Entrega el documento al profesor en tiempo y forma.</p>		
8	Diseño de publicación para impresión.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el ejercicio. 2. Define la marca y sigue los parámetros del profesor para desarrollar el ejercicio. 3. Diseña un material publicitario, adaptado para diversos materiales gráficos impresos (al menos 2 diferentes) y exportarlas en los formatos óptimos para su impresión. 4. Realiza el fotomontaje de tu material gráfico (Mock up) y crea un archivo PDF con las imágenes resultantes. 5. Entrega el archivo PDF y los documentos originales (archivos de Photoshop e Illustrator) al profesor en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet. ● Software especializado de diseño (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop) ● Adobe (2020a). <i>Guía del usuario de Illustrator</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/illustrator/user-guide.html ● Adobe. (2020b). <i>Guía del usuario de Photoshop</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/photoshop/user-guide.html ● Pricken M. (2008) Publicidad creativa, ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales, editorial Gustavo Gilli. 	6 horas
UNIDAD IV				
9	Diseño de Portafolio de evidencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el ejercicio. 2. Diseña un material base para colocar las imágenes de tus prácticas. 3. Realiza un archivo PDF colocando en el archivo las imágenes resultantes. 4. Comparte las imágenes en una plataforma digital para publicar 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet. ● Software especializado de diseño (Adobe Illustrator, Photoshop) ● Adobe (2020a). <i>Guía del usuario de Illustrator</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/illustrator/user-guide.html 	3 horas

		<p>portafolio (el profesor puede sugerir algunas opciones).</p> <p>5. Entrega al profesor el archivo PDF y comparte la dirección URL de la plataforma donde publicaste el portafolio en tiempo y forma.</p> <p>6. De ser necesario crear una cuenta en la plataforma de portafolio, el docente procurará que esta sea gratuita.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Adobe. (2020b). <i>Guía del usuario de Photoshop</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/photoshop/user-guide.html ● Plataforma digital para publicar portafolio. 	
10	Diseño de campaña publicitaria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar práctica 2. Se organizan por equipos 3. Selecciona el tema de campaña 4. Dividen las actividades o funciones en el equipo (corrector de estilos, Image researcher , diseñador gráfico, web, fotógrafo, ilustrador). 5. Establece procedimiento de recolección y análisis de datos. 6. Realizan los diseños para la campaña en programas especializados (ilustrador, photoshop) 7. Presentan las propuestas, archivos digitales en formatos para impresión y página web. 8. Envían la campaña publicitaria para su revisión por equipos, en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet. ● Software especializado de diseño (Adobe Illustrator, Photoshop) ● Pricken M. (2008) Publicidad creativa, ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales, editorial Gustavo Gilli. ● Adobe (2020a). <i>Guía del usuario de Illustrator</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/illustrator/user-guide.html ● Adobe. (2020b). <i>Guía del usuario de Photoshop</i>. Recuperado de https://helpx.adobe.com/mx/photoshop/user-guide.html 	12 horas

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):

- Método de proyectos
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Retroalimenta los ejercicios
- Evalúa el aprendizaje
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de laboratorio

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos
- Realiza prácticas de laboratorio
- Trabajo individual y en equipo
- Exposiciones
- Participa activamente en clase
- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Organizadores gráficos
- Utiliza herramientas digitales
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

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.....	10%
- Investigaciones y reportes escritos.....	10%
- Prácticas de Laboratorio.....	40%
- Portafolio de evidencias.....	15%
- Proyecto integrador.....	25%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Adams, S. y Lee, T. (2018). <i>El color en el diseño gráfico: guía con ejemplos reales del uso cromático</i>. Blume</p> <p>Adobe (2020a). <i>Guía del usuario de Illustrator</i>. https://helpx.adobe.com/mx/illustrator/user-guide.html</p> <p>Adobe. (2020b). <i>Guía del usuario de Photoshop</i>. https://helpx.adobe.com/mx/photoshop/user-guide.html</p> <p>Caldwell, C. (2019). <i>Graphic Design for Everyone: Understand the Building Blocks so You can Do It Yourself</i>. DK.</p> <p>Elam, K (2007) <i>Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía</i>. Editorial Gustavo Gilli. [clásica]</p> <p>Heller, E. (2010). <i>Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón</i>. Editorial Gustavo Gilli. [clásica]</p> <p>Slade-Brooking, C. (2016). <i>Creating a brand identity: a guide for designers</i>. Laurence King Publishing.</p>	<p>Frascara, J. (2000). <i>Diseño gráfico y comunicación</i>. Buenos Aires, Argentina: Infinito. [clásica].</p> <p>Mazier, D. (2017). <i>Photoshop CC: para PC/Mac</i>. Ediciones ENI.</p> <p>Pricken M. (2008). <i>Publicidad creativa, ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales</i>. Editorial Gustavo Gilli. [clásica]</p> <p>Quintana, O. (s.f.). <i>Introducción a los sistemas de impresión</i>. Universidad de Londres. http://proveedoradelasartesgraficas.com.mx/pdf/INTRODUCCION%20A%20LOS%20SISTEMAS%20DE%20IMPRESION.pdf</p> <p>Wong W. (2014). <i>Fundamentos del diseño bi y tridimensional</i>. Editorial Gustavo Gilli. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Diseño Gráfico debe contar con título de licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o área afín, con conocimientos y experiencia en diseño gráfico, comunicación, publicidad y manejo de software de diseño; preferentemente con estudios de posgrado en áreas relacionadas al diseño o comunicación y contar con al menos dos años de experiencia docente con actitud creativa, dinámica y que se encuentre en constante actualización de las nuevas herramientas digitales.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Economía Turística
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Elda Areli Luque
Elizabeth Pérez Morales
Jorge Quiroz Félix

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Economía Turística tiene la finalidad que el alumno evalúe la importancia de la industria turística a nivel internacional, nacional y regional para brindar recomendaciones de negocio ajustadas a las nuevas tendencias de mercados turísticos. Además, permite analizar el contexto que lo rodea con pensamiento crítico para la toma de decisiones y la solución de problemas relacionados con la economía turística de manera interdisciplinaria y trabajo en equipo. Esta asignatura forma parte de la etapa terminal y es de carácter optativa y corresponde al área de conocimiento: Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Evaluar la importancia de la industria turística como factor de desarrollo económico, mediante el análisis de bases de datos y su panorama actual para la elaboración de una recomendación de negocio ajustada a las nuevas tendencias de mercados turísticos; con sentido crítico, propositivo y respeto a la diversidad cultural.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Reporte técnico del análisis de la economía turística regional donde se plasme una recomendación de negocio (aportación al impacto económico de la localidad de establecimientos de hospedaje, alimentación, industria del entretenimiento, industria de salud, transporte, etc.). El cual debe contar con el siguiente contenido:

- Contexto internacional y nacional de las variables económicas
- Contexto internacional y nacional de las variables turísticas
- Oferta y demanda turística internacional y nacional
- Perspectiva del sector turístico Regional.
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Diseño de infografía y socialización en redes sociales.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos de economía y turismo

Competencia:

Identificar los conceptos relacionados con economía y turismo, mediante el análisis mundial, nacional y regional del panorama turístico como actividad económica; para la comprensión y desempeño de los indicadores económicos con responsabilidad y compromiso.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Importancia del turismo para la economía
- 1.2. Factores económicos
- 1.3. Panorama general de la economía mundial.
 - 1.3.1. La importancia del turismo en la contribución al PIB mundial.
- 1.4. Panorama general de la economía nacional.
 - 1.4.1. La importancia del turismo en la contribución al PIB nacional.
- 1.5. Panorama de la economía regional.
 - 1.5.1. Contribución del turismo en la economía regional.

UNIDAD II. Oferta y demanda turística

Competencia:

Analizar la oferta y demanda turística, a través de la revisión de bases de datos de organismos especializados del sector para comprender el origen y naturaleza de las fluctuaciones cíclicas en la economía en un contexto nacional e internacional con pensamiento analítico y visión del contexto.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Elementos y determinantes de la oferta.
 - 2.1.1. Tabla de la oferta individual y de mercado.
 - 2.1.2. Oferta turística y sus factores de atracción.
 - 2.1.2.1. Concepto de oferta turística, su diversidad y complejidad.
 - 2.1.2.2. Oferta de bienes y servicios turísticos. (Factores de atracción: recursos naturales, culturales, eventos programados y recreacionales).
- 2.2. Los productos turísticos a nivel internacional y nacional, en números de enfoque descriptivo.
 - 2.2.1. Alojamiento, transporte, creación y comercialización de bienes y servicios y restauración, actividades recreativas, eventos y lugares de interés turístico; servicios periféricos del sector privado y sector público; servicios de asistencia a los oferentes turísticos.
 - 2.2.2. Producto turístico Global
 - 2.2.3. Producto Turístico Nacional
 - 2.2.4. Desarrollo Inmobiliario
- 2.3. Datos o medición de la demanda.
 - 2.3.1. Cantidad de visitantes (turistas de internación, turistas domésticos, visitantes fronterizos y excursionistas de cruceros).
 - 2.3.2. Medios de transporte utilizados.
 - 2.3.3. Permanencia.
 - 2.3.4. Temporadas.
 - 2.3.5. Tipo de hospedaje utilizado.
 - 2.3.6. Gasto promedio por visitante.
- 2.4. Tipos de demanda y su cálculo.
 - 2.4.1. Demanda histórica.
 - 2.4.2. Demanda futura.
 - 2.4.3. Demanda potencial.
 - 2.4.4. Demanda objetivo.
 - 2.4.5 Demanda elástica e inelástica.

UNIDAD III. Efectos económicos del turismo

Competencia:

Analizar el papel de la derrama económica del turismo nacional e internacional a través de la revisión de datos secundarios de organismos especializados en el sector para comprender el impacto en los indicadores económicos de la actividad turística con pensamiento analítico y visión del contexto.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1 Derrama económica del turista nacional e internacional.
- 3.2 Ingresos directos e indirectos del turismo.
- 3.3 Efectos del turismo en la balanza de pagos (registros de importaciones y exportaciones, registros ante la SRE).
- 3.4 Cálculo del efecto multiplicador.
- 3.5 Efecto transversal del consumo turístico.
- 3.6 Efecto de una economía diversificada, no dependiente del turismo.

UNIDAD IV. Análisis de economía turística

Competencia:

Estimar los resultados de la actividad turística en un contexto internacional, nacional y regional; mediante el análisis de las oportunidades del sector turístico para generar propuestas que impulsen el desarrollo del mismo con creatividad, responsabilidad social y asertividad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Análisis de la economía turística:
 - 4.1.1. Internacional.
 - 4.1.2. Nacional
 - 4.1.3. Regional
- 4.2. Oportunidades de la actividad turística en México
- 4.3. Oportunidades de la actividad turística en la región

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	La participación del turismo en el PIB	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación de orden cuantitativo. 2. Realiza una búsqueda en la plataforma de INEGI del PIB. 3. Descarga el documento. 4. Gráfica e interpretar datos recabados. 5. Deflactar (valores reales) el PIB Turístico 6. Calcula la tasa de crecimiento del PIB y PIBtur. 7. Elabora un reporte ejecutivo y entrega al docente para su evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Laboratorio 	4 horas
UNIDAD II				
2	Indicadores económicos nacionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación de orden cuantitativo sobre los indicadores. 2. Realiza una búsqueda en la plataforma de INEGI de las principales variables económicas. 3. Descarga el documento. 4. Gráfica e interpretar datos recabados. 5. Elabora un reporte ejecutivo y entrega al docente para su 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	4 horas

		evaluación y retroalimentación.		
3	Indicadores económicos internacionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación de orden cuantitativo sobre los indicadores económicos internacionales. 2. Realiza una búsqueda en la plataforma del Banco Mundial de las principales variables económicas. 3. Descarga el documento. 4. Gráfica e interpretar datos recabados. 5. Elabora un reporte ejecutivo y entrega al docente para su evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	4 horas
4	Oferta turística y su cálculo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación de orden cuantitativo sobre la oferta turística. 2. Realiza una búsqueda en la plataforma de SECTUR de las principales variables de la oferta turística. 3. Descarga el documento. 4. Gráfica e interpretar datos recabados. 5. Elabora un reporte ejecutivo y entrega al docente para su evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	4 horas
5	Tipos de demanda y su cálculo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación de orden cuantitativo. 2. Realiza una búsqueda en las 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	4 horas

		<p>principales plataformas como: SECTUR; INEGI; SRE; OMT.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Descarga el documento. 4. Gráfica e interpretar datos recabados. 5. Elabora un reporte ejecutivo y entrega al docente para su evaluación y retroalimentación. 		
UNIDAD III				
6	Derrama económica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación de orden cuantitativo sobre la derrama económica. 2. Realiza una búsqueda en la plataforma de Banco de México, SE e INEGI. 3. Descarga el documento. 4. Gráfica e interpretar datos recabados. 5. Elabora un reporte ejecutivo y entrega al docente para su evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet 	4 horas
7	Cálculo de efecto multiplicador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación de orden cuantitativo. 2. Realiza una búsqueda en la plataforma de Banco de México, SRE e INEGI. 3. Descarga el documento. 4. Gráfica e interpretar datos recabados. 5. Elabora un reporte ejecutivo y entrega al docente para su evaluación y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet 	4 horas

UNIDAD IV				
8	Reporte técnico del análisis de la economía turística regional	<p>1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar el reporte técnico.</p> <p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Contexto internacional y nacional de las variables económicas ● Contexto internacional y nacional de las variables turísticas ● Oferta y demanda turística internacional y nacional ● Perspectiva del sector turístico Regional. ● Conclusiones ● Recomendaciones. ● Diseña una infografía sobre la información presentada. <p>2. Socializa la infografía en redes sociales.</p> <p>3. Prepara un reporte ejecutivo y construye material de apoyo para presentación al grupo.</p> <p>4. Entrega al docente para su evaluación y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet ● Aplicación para diseño de infografía. ● Equipo audiovisual. 	4 horas

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):

- Método de proyectos
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Estudio de caso
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación cuantitativo
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos
- Manejo de base de datos
- Trabajo en equipo
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Organizador gráfico (mapas mentales, infografías, cuadros sinópticos, etc.)
- Trabaja de manera individual, en equipo y grupal
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

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%
- Prácticas de taller.....	40%
- Reporte técnico del análisis de la economía turística regional.....	40%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Castejón, R., Méndez, E., Martínez, J.L. & Pérez, A. (2014). <i>Introducción a la economía para el turismo</i>. México: Pearson. [clásica] https://www.popularlibros.com/libro/introduccion-a-la-economia-para-el-turismo_702236</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. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/412719/Turismo_2040_Politica_Turistica_de_Estado.pdf</p> <p>DK Publishing. (2016). <i>El Libro de la Economía</i>. Ediciones Altea</p> <p>Gobierno de México. <i>Programa Sectorial de Turismo 2020-2024</i>. Secretaría de Turismo. http://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/PROSECTUR_2020-2024.pdf</p> <p>Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Clasificación para actividades económicas. https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/209/download/6081#:~:text=La%20Clasificaci%C3%B3n%20para%20Actividades%20Econ%C3%B3micas,en%20su%20actividad%20econ%C3%B3mica%20principal.</p> <p>Instituto Nacional de Estadística y Geografía. <i>Datos. PIB y cuentas nacionales turismo. Indicadores de la actividad turística</i>. https://www.inegi.org.mx/temas/itat/</p> <p>Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Sistema de Cuentas Nacionales de México 2018. Fuentes y metodologías Año base 2013. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/turismo/2013/doc/met_cstm.pdf</p> <p>Mochón, F. (2013). <i>Economía y Turismo</i>. (2ª ed.). España: McGraw-Hill Interamericana. [clásica]. Ingebook - ECONOMÍA Y TURISMO –</p> <p>Organización Mundial del Turismo. <i>UNWTO Tourism Data Dashboard</i>. https://www.unwto.org/unwto-tourism-</p>	<p>Blair, R.D. & Rush, M. (2019). <i>The Economics of managerial decisions</i>. New York, USA: Pearson. https://www.pearson.com/us/higher-education/program/Blair-Economics-of-Managerial-Decisions-Plus-My-Lab-Economics-with-Pearson-e-Text-The-Access-Card-Package/PGM2483765.html</p> <p>Krugman, P, Obstfeld, M. & Melitz, M. (2018). <i>International Economics: Theory and Policy</i>. United Kingdom. (11th ed.). Pearson Education.</p> <p>Perloff, J. & Brander, J. (2020). <i>Managerial Economics and Strategy</i>. (3rd ed.). Pearson. https://www.pearson.com/us/higher-education/program/Perloff-My-Lab-Economics-with-Pearson-e-Text-Access-Card-for-Managerial-Economics-and-Strategy-3rd-Edition/PGM2569047.html</p> <p>Torado, M. & Smith, S. (2015). <i>Economic Development</i>. (12th ed.). Pearson. https://www.pearson.com/us/higher-education/product/Todaro-Economic-Development-11th-Edition/9780138013882.html</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Economía Turística debe contar con título de Licenciatura en Turismo, Gestión Turística, Administración de Empresas, Economía o área afín, preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente, así como tres años de experiencia profesional en la industria turística. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Estadística Aplicada al Turismo
- 5. Clave:**
- 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:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Ana María Miranda Zavala
Dannytza Rene Obeso Fajardo
Elda Areli Luque
Jorge Quiroz Félix

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es coadyuvar en la toma de decisiones en organizaciones turísticas a través del empleo de métodos y técnicas estadísticas para realizar inferencias que brinden información relevante.

La utilidad de esta radica en que le permite al estudiante reforzar los conocimientos sobre la aplicación de las técnicas de muestreo, prueba de hipótesis, análisis de la varianza y correlación y regresión lineal.

Se imparte en la etapa básica con carácter optativa y pertenece al área de conocimiento finanzas. Se recomienda tener conocimientos de matemáticas y de probabilidad y estadística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Realizar inferencias estadísticas, aplicando las técnicas de muestreo, prueba de hipótesis, análisis de la varianza y correlación y regresión lineal, para proporcionar información que coadyuve a la toma de decisiones en organizaciones turísticas, con actitud sistemática, responsabilidad y ética profesional

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Reporte de aplicación de los métodos y técnicas para realizar inferencias estadísticas cuyos resultados apoyan a la toma de decisiones en una organización turística. Éste deberá entregarse con las características y elementos que el docente determine.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Medición y Escalas

Competencia:

Identificar las medidas de tendencia central y de dispersión, a partir del análisis de su aplicación, para comprender su uso en la resolución de problemas en organizaciones turísticas, con actitud crítica y sistemática.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1 Usos de la estadística en las ciencias sociales y administrativas.
- 1.2 Escalas de medición primarias.
- 1.3 Comparación de las técnicas de escalas.
- 1.4 Escalas de clasificación de partidas.
- 1.5 Evaluación de las escalas.
- 1.6 El teorema del límite central para el cálculo de la media, la mediana, la moda, varianza y desviación estándar.

UNIDAD II. Diseño de cuestionarios y formas

Competencia:

Elaborar cuestionarios y formas, a partir de un proceso de diseño de instrumentos, para obtener información relevante sobre un tema determinado en una organización turística, con ética profesional, pensamiento lógico y actitud sistemática.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1 Cuestionarios y formas de observación.
- 2.2 El proceso de diseño de cuestionarios.
- 2.3 Métodos para determinar el tipo de entrevista.
- 2.4 Contenido de las preguntas individuales.
- 2.5 Elección de la estructura, redacción y orden de las preguntas.
- 2.6 Reproducción del cuestionario.

UNIDAD III. Muestreo

Competencia:

Analizar los métodos de muestreo, a partir de la aplicación de las técnicas probabilísticas, para determinar el tamaño de la muestra de la que se recabarán datos, con precisión y actitud sistemática.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1 Métodos de muestreo.
- 3.2 Clasificación de las técnicas de muestreo.
- 3.3 Técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico.
- 3.4 Determinación del tamaño de la muestra.
- 3.5 Estimación e intervalos de confianza.
- 3.6 Uso de la distribución muestral de las medias.

UNIDAD IV. Pruebas de hipótesis y análisis de la varianza.

Competencia:

Aplicar las pruebas de hipótesis y la varianza, a partir de los datos estadísticos obtenidos en el muestreo, para analizar los resultados, con asertividad, pensamiento crítico y actitud reflexiva.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1 Pruebas de hipótesis para análisis de la varianza.
- 4.2 Comparación de medias de dos poblaciones independientes.
 - 4.2.1 Prueba Z para la diferencia entre dos medias.
 - 4.2.2 Prueba t de varianza conjunta para diferencia entre dos medias.
- 4.3 Prueba ANOVA.
- 4.4 Análisis de varianza de dos vías.
- 4.5 Gráficas de dispersión para el análisis de varianza.

UNIDAD V. Regresión Lineal, Regresión Múltiple y Coeficiente de Correlación.

Competencia:

Analizar los términos estadísticos de variable independiente y dependiente, mediante el método mínimos cuadrados para interpretar el modelo de regresión lineal con actitud sistemática y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

5.1 Análisis de regresión.

5.1.1 Variable independiente y dependiente.

5.1.2 Métodos mínimos cuadrados (regresión lineal y múltiple).

5.1.3 Ecuación de regresión.

5.2 Coeficiente de correlación y de determinación

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Medidas de tendencia central y dispersión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para calcular las medidas de tendencia central y de dispersión. 2. Establece procedimiento de recolección y análisis de datos en el software estadístico. 3. Establece el procedimiento de recolección y análisis de datos, calculados a partir de las fórmulas. 4. Entrega de los ejercicios al docente, en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software estadístico. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	3 horas
UNIDAD II				
2	Diseño del cuestionario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para diseñar el cuestionario. 2. Establece la estructura, redacción y orden de las preguntas, que integrarán el cuestionario. 3. Entrega del cuestionario al docente, en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software estadístico. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	3 horas
3	Capturar el cuestionario en el software estadístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la captura del cuestionario en el software. 2. Declarar las variables de los ítems del cuestionario en el software estadístico. 3. Envío del archivo del software 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software estadístico. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	3 horas

		al docente, en tiempo y forma.		
UNIDAD III				
4	Calcular el tamaño de la muestra para poblaciones finitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para el cálculo del tamaño de la muestra. 2. Resolver los problemas de aplicación con las fórmulas para el cálculo de la muestra de poblaciones finitas. 3. Entrega de los ejercicios al docente, en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software estadístico. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	3 horas
5	Calcular el tamaño de la muestra para poblaciones infinitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para el cálculo del tamaño de la muestra. 2. Resolver los problemas de aplicación con las fórmulas para el cálculo de la muestra de poblaciones infinitas. 3. Entrega de los ejercicios al docente, en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software estadístico. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	4 horas
UNIDAD IV				
6	Aplicar la prueba de hipótesis: prueba Z, prueba t	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la aplicación de la prueba z, t, en los casos prácticos. 2. Resolver los problemas de los casos de aplicación. 3. Entrega de los ejercicios al docente, en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software estadístico. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	4 horas
7	Aplicar la prueba de hipótesis: ANOVA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la aplicación de la prueba ANOVA en los casos prácticos. 2. Resolver los problemas de los casos de aplicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software estadístico. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	4 horas

		3. Entrega de los ejercicios al docente, en tiempo y forma.		
UNIDAD V				
8	Obtener la ecuación de la regresión lineal y el coeficiente de correlación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la aplicación de la regresión lineal y coeficiente de correlación en los casos prácticos. 2. Resolver los problemas de los casos de aplicación. 3. Entrega de los ejercicios al docente, en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software estadístico. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	4 horas
9	Obtener la ecuación de la regresión Múltiple y el coeficiente de correlación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la aplicación de la regresión múltiple y coeficiente de correlación en los casos prácticos. 2. Resolver los problemas de los casos de aplicación. 3. Entrega de los ejercicios al docente, en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software estadístico. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	4 horas

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
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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

- Evaluaciones parciales..... 20%
- Prácticas de taller..... 40%
- Reporte de aplicación..... 40%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Marchal, W., Lind, D. & Wathen, S. (2015). <i>Estadística aplicada a los Negocios y la Economía</i>. (16ª ed.). España: McGraw-Hill. [clásica].</p> <p>Raya, J. M. (2004). <i>Estadística Aplicada al Turismo</i>. España: Pearson. [clásica].</p> <p>Tapia, M. C. & Jijón E. R. (2018). <i>Estadística aplicada a la administración y la economía</i>. Ecuador: Cidel.</p>	<p>Levin, R. & Rubin, D. (2004). <i>Estadística para la Administración y la Economía</i>. (7ª ed.). México: Pearson.</p> <p>Gobierno de México. (2020). <i>DATATUR - Estadísticas del Sector Turismo en México</i>. Recuperado de Datatur3 - Inicio (sectur.gob.mx) (o actual)</p> <p>United Nations World Tourism Organization. Tourism Data Dashboard (2020). Recuperado de https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard (o actual).</p> <p>World Travel & Tourism Council (WTTC). (2020). Recuperado de Travel & Tourism Economic Impact World Travel & Tourism Council (WTTC) (o actual).</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Estadística Aplicada al Turismo debe contar con título de Licenciatura en Matemáticas, Ingeniería o área afín, con conocimientos avanzados en matemáticas, probabilidad y estadística aplicada, preferentemente con estudios de posgrado en área afín y conocimiento del sector turístico con tres años de experiencia docente. Ser proactivo y que fomente el trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Técnicas Básicas Gastronómicas
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Alan Raúl Meza Guzmán
Alejandro Zazueta Valenzuela
Freddy Sánchez Dávila
Juan Arturo Cedillo Marín

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 16 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es proporcionar al alumno los fundamentos y técnicas gastronómicas para la elaboración de platillos basados en el seguimiento de recetas estándar, procedimientos de higiene y cuidado en la presentación del montaje.

Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter optativa y pertenece al área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Utilizar las técnicas básicas gastronómicas en las diversas áreas de cocina de un establecimiento de alimentos y bebidas, para elaborar platillos y acompañamientos, siguiendo métodos de cocción y recetas estándar, con integridad y profesionalismo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora y entrega un portafolio de evidencias que incluya: las recetas, procedimientos, técnicas y métodos de cocción utilizados, además de la imagen del platillo final.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Evolución del mundo culinario

Competencia:

Distinguir los tecnicismos, procedimientos de seguridad e higiene y principales reconocimientos gastronómicos existentes, mediante la revisión de los procedimientos y principales listas de verificación aplicadas en el mundo gastronómico, para fomentar la mejora continua en los establecimientos de alimentos y bebidas, con responsabilidad, compromiso y sentido crítico.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Momentos y personajes Históricos de la gastronomía
- 1.2. Glosario y terminología de la industria gastronómica
- 1.3. Procedimientos de seguridad y prevención de accidentes
- 1.4. Aplicación de la Norma Oficial Mexicana de buenas prácticas de higiene vigente
- 1.5. Certificaciones, concurso y distintivos gastronómicos
 - 1.5.1. Nacionales
 - 1.5.2. Internacionales
 - 1.5.3. Otros
- 1.6 Tendencias gastronómicas

UNIDAD II. Áreas de cocina dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas

Competencia:

Distinguir la distribución de una cocina dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas, para optimizar el funcionamiento de cada área, mediante la organización de puestos, actividades y dotación de equipo, herramientas y utensilios de cocina, con ética, orden e integridad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. Identificación y Conocimiento en áreas de producción de cocina
 - 2.1.1. Fría
 - 2.1.2. Caliente
- 2.2. Equipos de cocina
- 2.3. Perfil, función y cualidades de puestos
- 2.4 Deontología profesional
- 2.5. Mise and place de cocina
- 2.6. Estandarización de recetas y sub recetas
 - 2.6.1. Unidad de medida
 - 2.6.2. Índice de utilidad
 - 2.6.3. Porcentaje de merma

UNIDAD III. Técnicas y Métodos de cocción

Competencia:

Relacionar los diferentes tipos de cortes básicos en verduras e ingredientes que integran una salsa y sus derivados, mediante el uso de técnicas y procedimientos fundamentales, para identificar sus características, uso culinario y sabor particular en la elaboración de platillos en una cocina, con habilidad, efectividad y respeto.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1. Técnicas Básicas
 - 3.1.1. Cortes de verduras
 - 3.1.2. Fondos de cocina
- 3.2. Salsas
 - 3.2.1. Salsas madres
 - 3.2.2. Derivadas
 - 3.2.3 Otras
- 3.3. Técnicas de cocción
 - 3.3.1. Tipos de cocción
 - 3.3.2. Medios de cocción
 - 3.3.3. Tiempos y temperatura por proteína

UNIDAD IV. Entradas/Entremeses

Competencia:

Clasificar los tipos de entradas/entremeses, mediante la identificación de diversas técnicas, métodos de cocción y composición del platillo, para comprender la importancia en el cuidado del tiempo de elaboración y presentación del platillo, con paciencia, compromiso y habilidad.

Contenido:

- 4.1. Consomé, caldos y sopas
- 4.2. Cremas y veloutés
- 4.3. Ensaladas

Duración: 4 horas

UNIDAD V. Aves y derivados

Competencia:

Clasificar los tipos de volatería, mediante la identificación del uso culinario en las diversas técnicas y métodos de cocción, para comprender la importancia en el cuidado del tiempo de elaboración y presentación del platillo, con disciplina, higiene y habilidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

5.1. Volatería

5.1.1. Tipos de ave

5.1.2. Partes que la conforman

5.1.3. Uso Culinario

5.2. Huevo: generalidades y su uso en la cocina

UNIDAD VI. Pescados y mariscos

Competencia:

Clasificar los tipos de pescados y mariscos, mediante la identificación del uso culinario en las diversas técnicas y métodos de cocción, para comprender la importancia en el cuidado del tiempo de elaboración y presentación del platillo, con disciplina, higiene y habilidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

6.1. Pescados

- 6.1.1. Generalidades
- 6.1.2. Tipo de pescado
- 6.1.3. Partes del pescado
- 6.1.4. Uso culinario

6.2. Mariscos

- 6.2.1. Generalidades
- 6.2.2. Tipo de marisco
- 6.2.3. Partes del marisco
- 6.2.4. Uso culinario

UNIDAD VII. Carnes

Competencia:

Clasificar los tipos de carnes, mediante la identificación del uso culinario en las diversas técnicas y métodos de cocción, para comprender la importancia en el cuidado del tiempo de elaboración y presentación del platillo, con disciplina, higiene y habilidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

7.1. Res

- 7.1.1. Generalidades
- 7.1.2. Cortes de res
- 7.1.3. Uso culinario

7.2. Cerdo

- 7.2.1. Generalidades
- 7.2.2. Cortes de cerdo
- 7.2.3. Uso culinario

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	Elaboración de tipos de cortes de verdura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Elabora el mise place. 4. Realiza la preparación y sigue técnica de corte de verdura. 5. Evalúa del producto final. 6. Limpia el área de trabajo. 7. Agregar la evidencia al portafolio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario. 	4 horas
2	Elaboración de salsa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Elabora el mise place. 4. Realiza salsa correspondiente. 5. Evalúa del producto final. 6. Limpia el área de trabajo. 7. Agregar la evidencia al portafolio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario. 	4 horas
3	Tipos y métodos de cocción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. 	4 horas

		<p>del taller.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Elabora el mise place. 4. Realiza el tipo y método de cocción correspondiente. 5. Evalúa del producto final. 6. Limpia el área de trabajo. 7. Agregar la evidencia al portafolio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recetario. 	
UNIDAD IV				
4	Preparación de entradas/entremeses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Elabora el mise place. 4. Realiza la entrada/entremeses. 5. Evalúa del producto final. 6. Limpia el área de trabajo. 7. Agregar la evidencia al portafolio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario. 	4 horas
UNIDAD V				
5	Preparación de aves y derivados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Elabora el mise place. 4. Realiza la preparación y sigue técnica correspondiente aplicada a aves y derivados. 5. Evalúa del producto final. 6. Limpia el área de trabajo. 7. Agregar la evidencia al 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario. 	4 horas

		portafolio.		
UNIDAD VI				
6	Preparación de pescados y mariscos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Elabora el mise place. 4. Realiza la preparación y sigue técnica correspondiente aplicada a pescados y mariscos. 5. Evalúa del producto final. 6. Limpia el área de trabajo. 7. Agregar la evidencia al portafolio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario. 	4 horas
UNIDAD VII				
7	Preparación de carnes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Elabora el mise place. 4. Realiza la preparación y sigue técnica correspondiente aplicada a carnes. 5. Evalúa del producto final. 6. Limpia el área de trabajo. 7. Agregar la evidencia al portafolio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario. 	4 horas

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):

- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Desarrollo de talleres

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Solución de problemas
- Trabajo en equipo
- Talleres
- Exposiciones
- Informes técnicos
- Organizadores gráficos
- 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

- Tareas, actividades y exposiciones	10%
- Talleres.....	20%
- 1 examen parcial teórico.....	15%
- 1 examen parcial practico.....	15%
- Portafolio de evidencias.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Bocuse, P (2016). <i>The Definitive Step-By-Step Guide to Culinary Excellence. Institut Paul Bocuse Gastronomie: United Kingdom: Hamlyn.</i></p> <p>De Flores, G., González, M., y Covadonga, M. (2016). <i>Iniciación en las técnicas culinarias (2ª ed.)</i>. México: Limusa.</p> <p>Guerrero, R. (2019). <i>Procesos básicos de preparación de alimentos y bebidas 2</i>. España: Paraninfo.</p> <p>Hinojo, J. J. (2016). <i>Sistemas de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante</i>. España: Paraninfo.</p> <p>Marnina, A. A, Mun,K.C., Ahmad, K.S.N, Mohd, H,S Y Kamaruddin, A (2019). <i>Fundamentals of Food and Beverage Operations</i>. United States OXFORD.</p> <p>Myhrvold, N., Young, C., y Bilet, M. (2011). <i>The art and science of cooking. Modernist Cuisine</i>. United States: Taschen.</p> <p>Weekes, S. y Cousins, J, (2019). <i>Food and Beverage Service (10th ed)</i>. United States: Hooder education.</p>	<p>Díaz, M. (2016). <i>Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio</i>. España: Tutor Formación.</p> <p>Equipo Vértice. (2009). <i>Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio</i>. España: Vértice. [clásica]</p> <p>Food & Beverage magazine (2020). Recuperado: https://www.fb101.com/</p> <p>Gómez, E. (2002). <i>Higiene en alimentos y bebidas</i>. México: Trillas. [clásica]</p> <p>Revista Saborearte. (2020). Saborearte el placer de vivir consentido. Recuperado de: https://www.saborearte.com.mx</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Técnicas básicas Gastronómicas debe contar con título de Licenciatura en Turismo, Gestión Turística, Gastronomía o área afín, preferentemente con posgrado con este énfasis, cuatro años de experiencia profesional comprobable y actual en centro de consumo de alimentos y bebidas dentro del área de gestión y operación en mando medios en cocina, preferentemente con dos años de experiencia docente o impartición de cursos que fomente el trabajo colaborativo, proactivo, comunicación asertiva y tolerante.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Relaciones Públicas
- 5. Clave:**
- 6. HC:** 02 **HT:** 01 **HL:** 00 **HPC:** 01 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Andrea González Acevedo.
Mayda González Espinoza.
José Trinidad Olague De la Cruz

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Relaciones Públicas dotará al estudiante con las capacidades de implementar un plan de relaciones públicas mediante el análisis de la situación actual de la organización a fin de construir, administrar y mantener una imagen positiva ante la opinión pública (stakeholders), con responsabilidad y una visión holística.

Esta unidad de aprendizaje se imparte en la etapa disciplinaria con carácter optativa para los programas de Licenciado en Gestión Turística para el área de conocimiento de Mercadotecnia, y Licenciado en Mercadotecnia que abona al área de conocimiento de Comercialización y Ventas.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar e implementar planes de relaciones públicas a través un diagnóstico de la situación actual de la organización y la aplicación de las técnicas de relaciones públicas para construir, administrar y mantener una imagen positiva de la organización ante sus múltiples stakeholders, con responsabilidad, pensamiento estratégico y creativo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Diseño e implementación de un plan de relaciones públicas e imagen corporativa que cumpla con los objetivos particulares de la organización

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción a las Relaciones Públicas

Competencia:

Analizar los conceptos y funciones de las relaciones públicas, mediante del estudio de sus definiciones, usos y aplicaciones, para conocer su impacto e importancia en las organizaciones, con actitud analítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1 Definición de relaciones públicas
- 1.2 Usos y aplicaciones
- 1.3 Stakeholders
 - 1.3.1 Público interno
 - 1.3.2 Público externo
- 1.4 Manejo de reputación
- 1.5 Community manager

UNIDAD II. Técnicas de relaciones públicas

Competencia:

Analizar las características y objetivos de las organizaciones públicas o privadas, para seleccionar y aplicar las técnicas de relaciones públicas adecuadas a sus necesidades, a fin de implementar estrategias de imagen corporativa, con pensamiento creativo, responsabilidad y ética profesional.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 2.1 Análisis de imagen corporativa
- 2.2 Marketing interno en las empresas de servicios (endomarketing)
- 2.3 Organización de eventos para público interno y externo
- 2.4 Manejo de crisis
- 2.5 Manejo de imagen corporativa
- 2.6 Patrocinios, donativos, mecenazgo, ayudas, becas
- 2.7 Boletines informativos, newsletter, revistas institucionales
- 2.8 Buzón de quejas y sugerencias
- 2.9 Atención al cliente
- 2.10 Comunicados y rueda de prensa, salas de prensa online

UNIDAD III. Plan estratégico de RRPP

Competencia:

Diseñar planes de relaciones públicas para organizaciones públicas o privadas, a través de la implementación del plan estratégico, con el fin de proyectar una imagen positiva de la organización ante la opinión pública con pensamiento creativo e inclusivo.

Contenido:

- 3.1 Objetivo
- 3.2 Estrategias
- 3.3 Tácticas
- 3.4 Cronograma
- 3.5 Recursos
- 3.6 Asignación de responsabilidades

Duración: 12 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	Diagnóstico organizacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el diagnóstico organizacional. 2. Se reúne en equipos. 3. Selecciona una organización para el desarrollo de las prácticas durante el curso. 4. Analiza la organización mediante la revisión de sus: antecedentes, misión, visión, objetivos, manual de funciones y FODA. 5. Redacta un informe con los resultados del análisis. 6. Presenta y entrega al docente para su revisión y retroalimentación. 7. Atiende observaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Revistas • Artículos de libros • Internet • Computadora • Software de edición de texto 	4 horas
2	Análisis de públicos objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el análisis de públicos objetivos. 2. Analiza el público de interés (interno y externo) de la organización mediante la selección de técnicas de sondeo, entrevistas o encuestas según las características de la organización. 3. Analiza la información de los resultados. 4. Redacta un informe con los 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Revistas • Artículos de libros • Internet • Computadora • Software de edición de texto 	4 horas

		<p>resultados del análisis.</p> <p>5. Presenta y entrega al docente para su revisión y retroalimentación.</p> <p>6. Atiende observaciones.</p>		
3	Auditoría de la imagen corporativa	<p>1. Atiende las indicaciones del docente para realizar la auditoría de la imagen corporativa de la organización.</p> <p>2. Analiza cómo se percibe la empresa así misma a través de una autoimagen.</p> <p>3. Analiza cuál es la opinión de la empresa sobre sus estrategias de proyección de imagen y la opinión de sus stakeholders.</p> <p>4. Redacta un informe con los resultados del análisis.</p> <p>5. Presenta y entrega al docente para su revisión y retroalimentación.</p> <p>6. Atiende observaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Revistas • Artículos de libros • Internet • Computadora • Software de edición de texto 	4 horas
4	Plan de relaciones públicas	<p>1. A partir de los análisis realizados diseña los objetivos generales y específicos del plan de relaciones públicas de la organización.</p> <p>2. Elabora la estrategia del plan de imagen mediante las técnicas de relaciones públicas.</p> <p>3. Elabora un cronograma de las actividades de cada estrategia.</p> <p>4. Determina el presupuesto de cada estrategia.</p> <p>5. Entrega al docente para su revisión y retroalimentación.</p> <p>6. Atiende observaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Revistas • Artículos de libros • Internet • Computadora • Software de edición de texto 	4 horas

		7. Presenta ante el grupo, docente e invitado el plan de relaciones públicas.		
--	--	---	--	--

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	Diagnóstico organizacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el diagnóstico organizacional. 2. Se reúne en equipos. 3. Selecciona una organización para el desarrollo de las prácticas durante el curso. 4. Visita la organización para solicitar información sobre sus antecedentes, misión, visión, objetivos, manual de funciones para realizar el FODA. 5. Redacta notas sobre la visita. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Revistas • Artículos de libros • Internet • Computadora • Software de edición de texto 	4 horas
2	Análisis de públicos objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el análisis de públicos objetivos. 2. asiste a la organización para identificar el público de interés (interno y externo) de la organización. 3. Realiza el sondeo, entrevistas o encuestas según corresponda para conocer la opinión de los grupos de interés sobre la organización. 4. Realiza notas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Revistas • Artículos de libros • Internet • Computadora • Software de edición de texto 	4 horas

3	Auditoría de la imagen corporativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el análisis de públicos objetivos. 2. Asiste a la organización para conocer cómo se percibe la organización así misma a través de una autoimagen. 3. Analiza cuál es la opinión de la organización sobre sus estrategias de proyección de imagen y la opinión de sus stakeholders mediante la aplicación de sondeo, entrevistas o encuestas según corresponda. 4. Realiza notas. 		4 horas
4	Plan de relaciones públicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asiste a la organización para realizar la implementación del plan de relaciones públicas. 2. Realiza notas 	Bibliografía, revistas, artículos de libros, internet, computadora, software.	4 horas

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):

- Presenta información sobre los conceptos básicos de relaciones públicas
- Presenta ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Proporciona información para las prácticas de taller y prácticas de campo
- Resuelve y ejemplifica con casos prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Diseña y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos relaciones públicas
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller y prácticas de campo
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma

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.....	30%
- Prácticas de taller y campo.....	40%
- Plan de relaciones públicas e imagen corporativa y presentación.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Guth, D. W., & Marsh, C. (2017). <i>Public Relations. A values driven approach</i>. New York: Pearson Education Ltd.</p> <p>Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). <i>Fundamentos de marketing</i> (13^a ed.). Pearson.</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). <i>Principles of marketing</i> (17th ed.). Pearson.</p> <p>Marsh, C., Guth, D. W., & Short, B. P. (2018). <i>Strategic writing. Multimedia writing for public relations, advertising and more</i> (4th ed.). New York: Routledge.</p> <p>Myers, C. (2021). <i>Public relations history</i>. New York: Routledge.</p> <p>Page, J. T., & Parnell, L. J. (2019). <i>Introduction to strategic public relations</i>. Digital, global and socially responsible communication. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.</p> <p>Quesenberry, K. A. (2019). <i>Social media strategy. Marketing, advertising and public relations in the consumer revolution</i>. London: Rowman & Littlefield.</p> <p>Smith, R. D. (2017). <i>Strategic planning for public relations</i>. New York: Routledge.</p> <p>Smudde, P. M. (2020). <i>Teaching public relations</i>. New York: Routledge.</p> <p>Tench, R., & Yeomans, L. (2017). <i>Exploring public relations. Global strategic communications</i>. Harlow: Pearson Education Ltd.</p> <p>Thurlow, A. (2019). <i>Social media, organizational identity and public relations</i>. New York: Routledge.</p> <p>Tuncer, M. U. (2018). <i>International public relations. Practices and approaches</i>. Berlin: Peter Lang.</p>	<p>Bernays, E. L. (2015). <i>Biography of an idea. The founding principles of public relations</i>. New York: Open Road Media. [clásico].</p> <p>Palencia-Lefler, M. (2008). <i>Técnicas de Relaciones Públicas. Manual de comunicación corporativa</i>. Barcelona: Bresca. [clásico].</p> <p>Ríos Szalay, J. (2008). <i>Relaciones Públicas y su administración en las organizaciones</i>. México: Trillas. [clásico].</p> <p>Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2015). <i>Public relations. Strategies and tactics</i> (11th ed.). Harlow: Pearson Education Ltd. [clásico].</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta asignatura deberá tener título de licenciatura en mercadotecnia, gestión turística, en comunicación, administración de empresas, preferentemente maestría en administración, maestría en mercadotecnia, experiencia de 3 años en área de mercadotecnia y puestos de toma de decisiones y experiencia docente de dos años.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Geografía del Turismo Mundial
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Jorge Carlos Morgan Medina
Isis Arlene Díaz Carrión
Miguel Ángel Contreras Gallardo

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 16 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Geografía del Turismo Mundial es que el alumnado analice y distinga territorialmente los efectos económicos, sociales y físicos en las diversas regiones turísticas de índole internacional, para comparar los modelos geográficos. Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento Gestión Turística. No precisa requisitos previos para cursarla, sin embargo se recomienda haber aprobado las unidades de aprendizaje relacionadas con las bases del turismo, como Patrimonio Nacional y Turismo; e Internacional Trends in Tourism.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar las consecuencias económicas, sociales y físicas, desde el punto de vista geográfico y territorial, que el turismo ocasiona en regiones turísticas en el mundo, de tal suerte que se pueda realizar una caracterización territorial mediante el uso de modelos geográficos básicos, con respeto al multiculturalismo y una actitud de tolerancia.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elaboración de un caso práctico, mediante el trabajo en equipo, para analizar una región turística de índole internacional, desde la perspectiva de la geografía del turismo, el cual deberá ser entregado mediante capítulos en evaluaciones parciales, y una versión final al terminar el semestre. Dicho caso práctico deberá ser entregado en versión digital, acompañado de una presentación oral con apoyos audiovisuales.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I: Generalidades de la geografía del turismo

Competencia:

Analizar el desarrollo del turismo de los diversos segmentos del mercado turístico desde una perspectiva macro geográfica y mediante el uso de la tecnología y fuentes secundarias de información, para identificar los diferentes elementos del sistema turístico que generan los flujos emisores, receptores y emisores-receptores, tanto en escalas espaciales como temporales diferenciadas, con visión integradora e imparcialidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1 Antecedentes de la geografía global y turismo.
 - 1.1.1 La geografía y estudio del turismo a nivel global.
 - 1.1.2 El espacio funcional y el turismo
 - 1.1.3 El turismo y los efectos de la globalización.
 - 1.1.3.1 Los efectos de la globalización en el turismo.
 - 1.1.3.2 El espacio turístico y su interpretación a nivel global.
- 1.2 El turismo y la modernidad.
 - 1.2.1 Del pre-turismo al fordismo en el terreno global.
 - 1.2.2 Del post-fordismo a la especialización turística a nivel mundial.
- 1.3. Antecedentes del turismo contemporáneo.
 - 1.3.1 Flujos turísticos mayores.
 - 1.3.2 Flujos turísticos menores.
 - 1.3.3 Comportamiento de los flujos turísticos
 - 1.3.3.1 Principales países emisores de turismo.
 - 1.3.3.2 Principales países receptores de turismo.
- 1.4 Las tendencias actuales en las macro regiones turísticas.
 - 1.4.1 Llegadas turísticas internacionales.
 - 1.4.2 Ingresos por llegadas.
 - 1.4.3 Gasto turístico.

UNIDAD II: Las regiones turísticas como unidad de análisis a escala global

Competencia:

Analizar el papel del territorio y sus componentes, con el fin de interpretarlos como un sistema conductor de los flujos turísticos en las distintas macro regiones a nivel mundial, a través de la investigación, estudio y comparación de casos empíricos, con un espíritu crítico y ordenado.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 2.1 Factores de localización y desarrollo del turismo a nivel mundial
 - 2.1.1 El territorio como soporte de las actividades turísticas.
 - 2.1.2 El territorio como recurso para las actividades turísticas.
- 2.2 Factores Espaciales
 - 2.2.1 Accesibilidad física y de mercado.
 - 2.2.2 Accesibilidad cultural
- 2.3 Factores Ambientales
 - 2.3.1 Recursos turísticos geonaturales
 - 2.3.2 Recursos turísticos geoculturales.
- 2.4 Factores socioeconómicos y políticos
 - 2.4.1 Estructura receptiva e infraestructura.
 - 2.4.2 Papel institucional
 - 2.4.3 Disponibilidad de recurso humano y financiero
 - 2.4.4 Factor económico, político y social
 - 2.4.4.1 Política monetaria
 - 2.4.4.2 Inflación y crisis
 - 2.4.4.3 Epidemias
 - 2.4.4.4 Terrorismo e Inseguridad
 - 2.4.5 Moda.

UNIDAD III: El territorio y la actividad turística

Competencia:

Analizar el desarrollo de los diversos circuitos internacionales, a través de referencias secundarias desde una perspectiva geográfica, con el fin de aplicar los modelos espaciales de desarrollo y el papel de las dinámicas globales en la conformación y mantenimiento de dichos circuitos, con actitud crítica y de respeto.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 3.1 Turismo litoral e insular y sus impactos en el territorio.
 - 3.1.1 Turismo de sol y playa.
 - 3.1.2 Turismo de cruceros.
 - 3.1.3 Otros segmentos.
- 3.2 Turismo urbano y sus impactos en el territorio.
 - 3.2.1 Turismo de negocios.
 - 3.2.2 Turismo de congresos y convenciones
 - 3.2.3 Turismo de eventos culturales y deportivos.
 - 3.2.4 Otros segmentos.
- 3.3 Turismo rural y en espacios protegidos y sus impactos en el territorio.
 - 3.3.1 Turismo rural.
 - 3.3.2 Turismo en espacios naturales y culturales protegidos.
 - 3.3.3 Otros segmentos.
- 3.4 Tendencias del mercado turístico mundial.
 - 3.4.1 Turismo y nuevas generaciones a nivel global.
 - 3.4.2 Destinos y productos turísticos: consideraciones futuras.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Componentes del turismo contemporáneo a escala mundial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones en clase para elaborar la primera entrega parcial. 2. Elige su equipo de trabajo. 3. Investiga acerca de los principales componentes de las dinámicas del turismo a nivel mundial en las macro regiones. 4. Analiza el desempeño de los principales indicadores del turismo a nivel mundial. 5. Redacta lo solicitado en un documento escrito y lo entrega a su docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Información de tipo secundario en soporte tradicional y/o electrónico (libros, revistas, capítulos de libros, artículos siempre de fuentes confiables). 	8 horas
UNIDAD II				
2	Factores de localización y desarrollo del turismo en la mesoescala.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones en clase para elaborar la segunda entrega parcial. 2. Se integra en su equipo de trabajo. 3. Investiga la praxis turística de los factores de localización y desarrollo del turismo en la mesoescala. 4. Analiza la dinámica de los factores espaciales, ambientales, políticos, económicos y sociales en la generación y promoción de los flujos turísticos a nivel mundial 5. Redacta lo solicitado en un documento escrito y lo entrega 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Información de tipo secundario en soporte tradicional y/o electrónico (libros, revistas, capítulos de libros, artículos siempre de fuentes confiables). 	16 horas

		a su docente.		
UNIDAD III				
3	Efectos del turismo internacional en el territorial en la microescala	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones en clase para elaborar la tercera entrega parcial. 2. Se integra en su equipo de trabajo. 3. Investiga la praxis turística de los principales impactos del turismo internacional en el territorio en una microescala. 4. Analiza el impacto generado por la actividad turística internacional en el destino turístico. 5. Redacta lo solicitado en un documento escrito y lo entrega a su docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Información de tipo secundario en soporte tradicional y/o electrónico (libros, revistas, capítulos de libros, artículos siempre de fuentes confiables). 	8 horas

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
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos
- Mapas

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, se 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

- 3 evaluaciones parciales.....	21%
- Elaboración de caso práctico (entrega final).....	45%
- Participación en clase.....	34%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Barrado, D. A. y Calabuig, J. (eds); Artigues, A.; Crespo, J.; García, M^a M.; Lago, M^a J.; Llurdés, J.C.; Navalón, R.; Priestley, G.K.; Seguí, M.; Servera, J.; Such, M^a P.; Torres, J.F.; Vázquez, C.; Vilá, M.; y Viñals, M^a J. (2001). <i>Geografía Mundial del Turismo</i>. Síntesis [clásica].</p> <p>Che, D. (2018) Tourism geography and its central role in a globalized world, <i>Tourism Geographies</i>, 20, 164-165,</p> <p>De Oliveira, S.; y Glauber, E. (2007). Modelos teóricos aplicados al Turismo. <i>Estudios y Perspectivas en Turismo</i>, Vol. 16 (1).</p> <p>Pearce, D. (1995). <i>Tourism today: a geographical analysis</i>. Prentice Hall [clásica].</p> <p>Dallen, J. T. (2018) Geography: the substance of tourism, <i>Tourism Geographies</i>, 20, 166-169.</p> <p>Hedrick-Wong, Y., & Choong, D. (2016). <i>Global destination cities index</i>. Mastercard. https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2016/09/Mastercard-Global-Destination-Cities-Index-Report-2016.pdf</p> <p>International Academy for the Study of Tourism (2018). <i>The impact of distance on tourism demand and behavior with Prof Bob McKercher</i>. https://www.youtube.com/watch?time_continue=84&v=X_RJfofy_w</p> <p>Hall, M. (2013). Framing tourism geography: notes from the underground. <i>Annals of Tourism Research</i>, 43, 601–623.</p> <p>Hiernaux, D. (2006). La geografía del turismo. En Hiernaux, D. y A. Lindón (directores). <i>Tratado de Geografía Humana</i>. Anthropos-UAM, pp. 401-432.</p> <p>López, F. (1993). Modalidades turísticas y tipologías de espacios turísticos, <i>Papers de Turisme</i>, (11), 49-64.</p>	<p>Boniface, B.; y Cooper, C. (1987). <i>Worldwide destinations. The geography of travel and tourism</i>. Elsevier.</p> <p>Boullón, R. C. (1999). <i>Planificación del espacio turístico</i>. Trillas [clásica].</p> <p>Callizo, J. (1991). <i>Aproximación a la geografía del turismo</i>. Síntesis.</p> <p>Gómez, M. B. (2017). Retos del turismo español ante el cambio climático. <i>Investigaciones Geográficas</i>, 67, 31–47.</p> <p>Hall, C. M. (2005). El turismo como ciencia social de la movilidad. Síntesis.</p> <p>Ivanova, A. (2012). El cambio climático y el turismo: impactos, adaptación y mitigación. En <i>Medio ambiente y política turística en México. Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico</i>. SEMARNAT-INE SEMARNAT-UBCS.</p> <p>Mesplier, A.; y Bloc-Duraffour, P. (2000). <i>Geografía del turismo en el mundo</i>. Síntesis.</p> <p>Olcina, J. (2012). Turismo y cambio climático: una actividad vulnerable que debe adaptarse. <i>Investigaciones Turísticas</i>, 4, 1–34.</p> <p>Roma, F. (2009). <i>Turismo y paisaje. Una geografía de la representación turística</i>. https://docplayer.es/42921740-Turismo-y-paisaje-una-geografia-de-la-representacion-turistica-francesc-roma-i-casanovas.html</p> <p>Shaw, G.; y William, A. <i>Critical Issues in Tourism: A geographical Perspective</i>. Blackwell.</p> <p>Williams, Stephen. (1998). <i>Tourism geography</i>. Edit. Routledge.</p>

Lozato-Giotart, J.P., (1985). *Géographie du tourisme. De l'espace regardé à l'espace consommé*. Masson Cie Editeurs Paris [clásica].

Mastercard. (2017). *Origin markets. View into top 5 destination cities by region*. Mastercard. <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2017/09/Origin-Markets-for-Top-5-Cities-per-Region.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2020). *Panorama del turismo internacional*. OMT.

Vera, J. Fernando (coord.); López, F.; Marchena, M; y Antón, S. (2013). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant Humanidades [clásica].

Williams, S., & Lew, A. (2015). *Tourism geography: A new synthesis*. Routledge.

Williams, A. M., & Shaw, G. (2011). Internationalization and innovation in tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 27–51.

World Travel & Tourism Council. (2018). *Travel & Tourism. City Travel & Tourism Impact 2018*. WTTC.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El catedrático que imparta la unidad de aprendizaje Geografía Mundial del Turismo deberá contar con título de licenciatura en Turismo, en Gestión Turística o afín, con especialización en geografía, preferentemente con posgrado en dicha área (Maestría o Doctorado), con conocimientos amplios sobre herramientas cartográficas y una experiencia mínima de tres años en docencia. Deberá ser proactivo, analítico, responsable, con tacto humano y que incentive el trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Técnicas de Negociación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Ana María Miranda Zavala
Isaac Cruz Estrada
José Gabriel Ruiz Andrade
Ricardo Verján Quiñones

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Técnicas de Negociación tiene la finalidad que el alumno proponga estrategias de negociación que propicien la mejora del desempeño de la empresa en áreas como: ventas, negocios, resolución de casos, controversias comerciales, de mercado y con el consumidor. Además, permite desarrollar una comunicación asertiva, capacidad de análisis y autocontrol de emociones; en un ambiente de autoconfianza, respeto por los otros y con visión. Esta asignatura forma parte de la etapa disciplinaria y es de carácter optativa y corresponde al área de conocimiento: Mercadotecnia.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Proponer estrategias de negociación a partir del análisis de sus diversas técnicas, para la mejora del desempeño de la empresa en ventas, resolución de casos, controversias comerciales, de mercado y con clientes; con ética profesional y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Propuesta de un plan de negociación para la resolución de uso de ventas, resolución de casos, controversias comerciales, de mercado o con clientes ante situaciones determinadas que incluya por lo menos: a) diagnóstico de la fase de negociación, b) definición de objetivos, c) tácticas y estrategias negociadoras y d) proceso de negociación.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos y antecedentes de la negociación

Competencia:

Identificar los principales conceptos y características de la negociación, mediante el análisis de sus elementos para definir un perfil y estilo de negociación con ética profesional y responsabilidad.

Contenido:

- 1.1. Definición.
- 1.2. Características.
- 1.3. Elementos de la negociación.
- 1.4. El perfil del negociador.
- 1.5. Estilos de negociación.

Duración: 4 horas

UNIDAD II. Fases de la negociación

Competencia:

Identificar las fases de la negociación a partir del análisis de sus diversas técnicas para proponer estrategias de negociación adecuadas con ética profesional, compromiso y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. El ciclo de la negociación.
- 2.2. Preparación del proceso.
- 2.3. Negociación en la práctica.
- 2.4. Evaluación, acuerdo y compromiso.

UNIDAD III. Aspectos a considerar en la negociación

Competencia:

Determinar los objetivos y argumentos de la empresa a partir del análisis de la comunicación efectiva y su clima organizacional; para proponer planes de negociación con ética profesional y responsabilidad.

Contenido:

- 3.1. Comunicación efectiva.
- 3.2. Las emociones de las partes.
- 3.3. El clima de la negociación.
- 3.4. Objetivos de la negociación y argumentos.

Duración: 10 horas

UNIDAD IV. Técnicas y herramientas del negociador

Competencia:

Diseñar el plan de negociación, mediante la aplicación de técnicas y herramientas del negociador para la mejora del desempeño de la empresa en ventas, resolución de casos, controversias comerciales, de mercado y con clientes; con ética profesional y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 4.1. ¿Cómo utilizar las preguntas y la escucha activa?
- 4.2. El entorno físico en la negociación.
- 4.3. Estrategias y tácticas negociadoras.
- 4.4. Herramientas de apoyo en el proceso negociador.
- 4.5. Establecer el plan de acción y negociación.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Solución y exposición de ejercicio práctico de técnicas de negociación con empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende indicaciones para dar solución al caso de la empresa expuesta por el profesor. 2. Compara las alternativas que conduzcan a la solución del caso. 3. Selecciona y redacta la solución en documento de texto. 4. Expone el caso en clase. 5. Envía el documento de solución al profesor mediante correo electrónico o plataforma digital indicada por el profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, artículos, manuales, etc.). 	4 horas
2	Solución y exposición de ejercicio práctico de técnicas de negociación con el cliente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende indicaciones para dar solución al caso de negociación con el cliente expuesto por el profesor. 2. Compara las alternativas que conduzcan a la solución del caso. 3. Selecciona y redacta la solución en documento de texto. 4. Expone el caso en clase. 5. Envía el documento de solución al profesor mediante correo electrónico o plataforma digital indicada por el profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, artículos, manuales, etc.). 	4 horas
UNIDAD II				

3	Diagnóstico de la fase de negociación	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo, selecciona una empresa con la que desarrollará su plan de negociación. 2. Realiza un diagnóstico en el que se visualice la fase de negociación en la que se encuentran las necesidades de la empresa seleccionada. 3. Envía al profesor mediante correo electrónico o plataforma digital indicada por el profesor 4. Recibe retroalimentación por parte del docente (comentarios o sugerencias de mejora al análisis enviado). 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Norma APA. • Editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales). 	4 horas
UNIDAD IV				
4	Definición de objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establece objetivos. 2. Selecciona estrategia de negociación. 3. Socializa la estrategia. 4. Recibe retroalimentación. 5. Ajusta los objetivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Norma APA. • Editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales). 	5 horas
5	Tácticas y estrategias negociadoras	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escribe una propuesta de manejo del entorno con base en los resultados obtenidos en un editor de documentos. 2. Propone estrategias y tácticas para el plan de técnicas de negociación. 3. Propone el proceso de técnicas de negociación con base en el análisis de resultados. 4. Selecciona las herramientas 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Norma APA. • Editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales). 	5 horas

		que deben estar disponibles para las personas involucradas en el proceso de negociación de la empresa.		
6	Proceso de negociación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determina la herramienta para llevar a cabo la negociación. 2. Establece el procedimiento. 3. Realiza una dramatización tipo ensayo. 4. Revisa el procedimiento y lo corrige. 5. Define el cierre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Norma APA. • Editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales). 	5 horas
7	Integración y presentación del plan de negociación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integra en un documento final el plan de negociación, el cual debe contener: <ul style="list-style-type: none"> • Información de la empresa • Diagnóstico • Desarrollo del plan • Bibliografía • Anexos 2. Presenta ante el grupo su plan de negociación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Norma APA. • Editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales). • Cañón. 	5 horas

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
- Técnica expositiva
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Participa activamente en clase
- Organizador gráfico (mapas mentales, infografías, cuadros sinópticos, etc.)
- Trabaja de manera individual, en equipo y grupal
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

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

- Dos ejercicios prácticos.....	10%
- Diagnóstico	10%
- Planteamiento del problema.....	10%
- Análisis de resultados del diagnóstico	10%
- Trabajo en extenso del Plan de negociación	40%
- Presentación del plan del Plan de negociación.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aréchaga, P. y Finkelstein, A. (2020). <i>Negociar Derribando Obstáculos</i>. Argentina: Editorial La Trama.</p> <p>Ponti, F. y Donadio M. (2017). <i>Historias de Negociadores. Para que tus próximas negociaciones sean exitosas</i>. Argentina: Editorial Granica.</p> <p>Voss, C. y Raz, T. (2016). <i>Never Split the Difference: Negotiating as if your life depend on it</i>. U.S.A.: Harper Business Editorial.</p> <p>Wheeler, M. (2019). <i>El Secreto de la Negociación</i>. Argentina-México: VR Editoras.</p>	<p>Bossidy, L. y Charan, R. (2017). <i>El Arte de la Ejecución en los Negocios</i>. U.S.A.: Penguin Random House Editorial.</p> <p>De las Alas-Pumariño, E. (2021). <i>El Arte de Negociar: El negociador a tiempo completo</i>. Madrid: AIIM.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Técnicas de Negociación debe contar con título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística, Mercadotecnia o Administración de Empresas, Inteligencia de Negocios; preferentemente con estudios posgrado en área afín y dos años de experiencia docente. Ser proactivo, analítico y que fomente la reflexión en los estudiantes.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

1. **School:** Accounting and Business Mexicali and Tourism and Marketing Tijuana.
2. **Major:** B. A. in Tourism Business Administration
3. **Study Program:**
4. **Learning Module Name:** Global Sustainable Tourism Management
5. **Number:**
6. **CH:** 01 **WH:** 02 **LH:** 00 **FPH:** 02 **CLH:** 00 **EH:** 01 **CR:** 06
7. **Stage:** Disciplinary
8. **Module Type:** Elective
9. **Course Enrollment Requirements:** None

Learning Module Design Team

Marisa Reyes Orta
Ricardo Verjan Quiñones

Approval of Assistant Dean (s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Date: August 14, 2020

II. PURPOSE OF LEARNING MODULE

The learning unit has the purpose of strengthening the students' capacity for analysis, critical and purposeful sense, for the generation of improvement plans that contribute to the solution of problems related to the tourist activity, through specialized methodologies of the area of sustainability.

Being a learning unit taught in different universities in the border region (California and Baja California), the content is constantly evolving according to the interests of binational agreements between universities, also recognizing that it is a course that promotes innovation and the continuous improvement of the teaching of sustainability in tourism.

It is located in the terminal stage, it is optional and is part of the Tourism Management knowledge area, it requires an intermediate-advanced level of the English language and a visitor's visa to enter the United States.

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

Design an improvement plan that contributes to solving problems in the binational region, using relevant sustainability methodologies, integrated in binational teams, to reduce the negative impacts of tourism activity on the environment, society and economy with holistic thinking, capacity for adaptation and creativity.

IV. EVIDENCES OF LEARNING/ACHIEVEMENT

Prepares and delivers an improvement plan, based on the current criteria of the course operation, for its delivery it makes a formal presentation of the same through an exposure to different audiences, supervised by the teacher.

V. UNIT DESCRIPTION
UNIT I. Theory and methodology overview

Competency:

Distinguish the potential use of the different methodologies and theoretical contributions of sustainability, through the analysis of the theoretical bases, to understand the importance of sustainability and the different models applicable to a tourism company, being carried out with rigor and a critical sense.

Content:

Time Allotted: 8 hours

- 1.1 Theoretical overview of sustainable tourism
 - 1.1.1 Tourism and environmental sustainability
 - 1.1.2. Positive impacts of tourism on society, environment and economy
 - 1.1.3. Negative impacts impacts of tourism on society, environment and economy
 - 1.1.4. Best practices in sustainable tourism

UNIT II. The sustainability management

Competency:

Analyze the available instruments for the management of sustainability in tourism at a global level, to understand their appropriate use and potential in the study region, based on the review of success stories, with critical thinking and willingness to work.

Content:

Time Allotted: 8 hours

- 2.1. Voluntary self-reported sustainability assessment instruments
 - 2.1.1. Eco-certifications in tourism
 - 2.1.2. Best practices manual for sustainable tourism
- 2.2. Analysis of sustainable tourism dimensions
 - 2.2.1. Water
 - 2.2.2. Energy
 - 2.2.3. Hábitat
 - 2.2.4. Landscape
 - 2.2.5. Waste and supplies
 - 2.2.6. Community

VI. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT I				
1	Presentation. Recognizing as a migratory species	<ol style="list-style-type: none"> 1. Follow the professor's guidance to make a presentation in the cross-border context. 2. You will search for information on migratory species in North America. 3. The student will be identified with one. 4. Make a drawing, thinking about the personal characteristics linked to the species. 5. Present your drawing in a gallery. 6. Make your personal presentation with the selected animal . 7. In the end the professor highlights the link between nature, borders and the course. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet. • Computer. 	4 hours
2	Impact analysis of tourism activity	<ol style="list-style-type: none"> 1. He attends the professor's guidance to identify the impacts of tourist activity. 2. As a team, the students identify the negative or positive impacts, according to the case linked to the news provides by the professor. 3. They appear in teams presenting the impacts from the assigned perspective and debate against the opposing team 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet. • Computer. 	7 hours

		4. In plenary, they discuss the complexity of impacts and problems from a multidimensional approach.		
3	Show the cultural identity in the border region	<ol style="list-style-type: none"> 1. Take care of the professor's guidance to carry out a sample of cultural identity. 2. Choose as a team a ritual, tradition or traditional celebration of your country that you want to show your colleagues. 3. They research and prepare a performance. 4. They prepare invitations to the celebration. 5. They perform the presentation as a sample and invite their classmates. 6. The invitation must contain promotional elements aimed at the market represented by your peers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	8 hours
UNIT II				
4	Analysis and integration of the data collected in the field work	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's guidance to analyse the information of field work. 2. As a team, they retrieve the information and put it in order. 3. Analyze and integrate. 4. Identify the problems. 5. identify alternatives. 6. Write and prepare the presentation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	13 hours

VI. STRUCTURE OF FIELD PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT II				
1	Impact assessment	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selects a company to identify positive or negative impacts 2. Generates a base line. 3. Recognizes good practices or opportunities for improvement. 4. Develops a proposal. 5. Presents the relevant sustainable alternatives to the company. <p>Prepares a report that is delivered to the professor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	16 hours
2	Sustainable development in action	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selects a problem related to sustainability in a community or region. 2. Prepares a diagnosis based on sustainability indicators and good practices. 3. Generates an instrument to collect data. 4. Takes a field visit to the selected community or region. 5. Applies the data collection instrument. 6. Identifies good sustainable practices in the selected community or region. 7. Participates in activities to analyze observed situations. 8. Physically recognizes the community or region under study. 9. Participates in a workshop on site and presents the results obtained. 10. Generates a technical report. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Transport. • Lodging. 	16 hours

VII. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework: The first day of class the teacher must establish the form of work, evaluation criteria, quality of academic work, rights and obligations for teacher and students.

Teaching strategies (teacher):

- Case study
- Projects method
- Exhibition technique
- Practical exercises
- Guide and review of workshop and field practices.

Learning strategies (student):

- Research
- Case study
- Teamwork
- Exhibitions
- Graphic organizers
- Abstracts
- Comparative tables
- Participation in workshop and field practices

VIII. EVALUATION CRITERIA

The evaluation will be carried out permanently during the development of the course as follows:

Accreditation criteria

- To be entitled to ordinary and extraordinary exam, the student must meet the attendance percentages established in the current School Statute.
- Scaled from 0 to 100, with a minimum approval of 60.

Assessment criteria

- Partial evaluations 20%
- Tasks and activities 20%
- Practices of field work20%
- Improvement plan 40%
- Total** 100%

IX. Bibliography

Required	Suggested
<p>Código Ético Mundial para el Turismo (2001). Organización Mundial del Turismo. Madrid, España. [clásica]</p> <p>Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more?. <i>Tourism management perspectives</i>, 25, 157-160.</p> <p>Michelena-Fernández, E., & Cabrera-Monteagudo, N. (2011). Una experiencia en la implementación del sistema de gestión de la calidad de una empresa de servicio. <i>Ingeniería Industrial</i>, 32(1), 60-68.</p> <p>Palomeque, F. L., Delgado, A. T., Urgell, X. F., & Miracle, D. S. (2018). Gestión sostenible de destinos turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona. <i>BAGE: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles</i>, (77), 428-461.</p> <p>Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. <i>Journal of sustainable tourism</i>, 28(11), 1932-1946.</p>	<p>Alzate-Ibáñez, A. M., Ríos, J. F. R., & Montoya, L. M. B. (2019). Modelo para la implementación de un sistema integrado de gestión de calidad y ambiental en una empresa SIDERÚRGICA. <i>Ciencias Administrativas</i>, (13), 032-032.</p> <p>Lane, B. (2017). Sustainable tourism: its evolution and its future. <i>Cuadernos Económicos de ICE</i>, (93).</p> <p>Lew, A. A. (2020). The global consciousness path to sustainable tourism: a perspective paper. <i>Tourism Review</i>.</p> <p>Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. <i>Journal of Sustainable Tourism</i>, 27(7), 1044-1060.</p> <p>Manzano, P., & González, A. (2017). La gestión del turismo comunitario y el desarrollo competitivo en la inserción con los componentes de sostenibilidad. <i>UTCiencia" Ciencia y Tecnología al servicio del pueblo"</i>, 4(1), 15-23.</p>

X. TEACHER PROFILE

Degree in Tourism Management, Tourism or related, Business Administration, with knowledge of quality management systems, process mapping or procedures auditing, preferably with postgraduate study with four years of work experience or certification in the area, experience in projects of multicultural educators, with a proactive, committed attitude and adequate level of English language.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

- 1. School:** Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali y Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Major:** Licenciado en Gestión Turística y Licenciado en Mercadotecnia
- 3. Study Program:**
- 4. Learning Module Name:** Health Tourism Marketing
- 5. Number:**
- 6. CH:** 02 **WH:** 01 **LH:** 00 **FPH:** 01 **CLH:** 00 **EH:** 02 **CR:** 06
- 7. Stage:** Disciplinary
- 8. Module Type:** Elective
- 9. Course Enrollment Requirements:** None

Learning Module Design Team

Andrea González Núñez
Isabel Morteo Stolle
Mayda González Núñez
Mónica Claudia Casas Páez

Approval of Assistant Dean (s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Date: March 12, 2021

II. PURPOSE OF LEARNING MODULE

The purpose of the learning unit is to design a health services marketing plan that allows the generation of brand value by identifying the tangible and intangible quality attributes of the tourist destination to promote an attractive offer to the user of health services. Therefore, it will provide the basis for the student to work in a national and international context, allowing him to meet the specific needs of users from other cultures.

It is taught in the disciplinary stage on an optional basis and belongs to the Tourism knowledge area for the Bachelor of Tourism Management program. For the educational program of Bachelor in Marketing, it is taught in the terminal stage on an optional basis and belongs to the marketing strategies area of knowledge.

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

Generate brand value in the health tourism destination, through the application of market research techniques based on the detection of needs of the target user, to generate attraction and communication strategies, with opportunity, responsibility and global vision

IV. EVIDENCES OF LEARNING/ACHIEVEMENT

Prepare a written service-marketing plan that contains communication strategies to promote health organizations and institutions, taking into account the requirements of the target market. This must be based on the market research carried out with its evidences.

V. UNIT DESCRIPTION
UNIT I. Health tourism market opportunities

Competency:

Identify the economic-social impact of the current global situation of the health tourism industry, through the detection of market opportunities and the analysis of the offer, to clearly establish the challenges and opportunities of this sector and determine the vocation of destiny, with a thoughtful, purposeful attitude and global vision.

Content:

Time Allotted: 5 hours

- 1.1 Segments of health tourism (medical, wellness or wellness and retirement).
- 1.2. Market opportunities and prospects for health tourism in the world
- 1.3. General considerations on health tourism in Mexico
- 1.4. Health tourism service offers
- 1.5. Best practices that generate value within health tourism

UNIT II. Segment diagnosis

Competency:

Identify the needs of the target market segment, through the analysis of the main source markets of health tourism, to take advantage of new opportunities according to the destination's vocation, with a reflective, purposeful and critical attitude.

Content:

Time Allotted: 5 hours

- 2.1. Profile of users of health services
- 2.2. Analysis of the main source markets for health tourism
- 2.3. User-centric experience design
- 2.4. Design of services with added value

UNIT III. Market research

Competency:

Detect the needs of the target market segment, through the application of the market research methodology of health tourism users, to take advantage of new opportunities according to the destination's vocation, with a reflective, purposeful and critical attitude.

Content:**Time Allotted:** 5 hours

- 3.1 Justification of the quantitative method
- 3.2 Definition of the population or study units.
- 3.3 Determination of the sample
- 3.4 Choice of sampling methods.
- 3.5 Choice of type of scales.
- 3.6 Procedure and techniques for data collection.
- 3.7 Design of data collection method and instruments.
- 3.8 Application of data collection method and instruments.
- 3.9 Data analysis.
 - 3.9.1 Design and management of database in statistical program.
 - 3.9.2 Descriptive analysis of the data.
 - 3.9.3 Inferential analysis of the data.
- 3.10 Presentation of results and findings.

UNIT IV. Healthcare marketing theory

Competency:

Identify the marketing mix applied to health services, applying the models of the marketing mix of intangibles, to contribute to the design of the offer of services to consumer markets, with professional ethics, honesty and empathy.

Content:**Time Allotted:** 5 hours

- 4.1 The 7Ps of the healthcare marketing mix
- 4.2 Marketing for health organizations and institutions
- 4.3 Ethical implications of marketing in the healthcare industry

UNIT V. Marketing strategies for healthcare organizations

Competency:

Design market strategies, by identifying the needs of the health user, to promote the characteristics of the destination that generate brand value, with a creative and innovative attitude.

Content:**Time Allotted:** 5 hours

- 5.1 Health marketing strategies
- 5.2 Health communication
- 5.3 Traditional healthcare marketing strategies
- 5.4 Social media healthcare marketing strategies
- 5.5 Marketing tourism strategies

UNIT VI. Healthcare marketing plan design

Competency:

Design the implementation of strategies, applying the knowledge of the service marketing mix, to operationalize the generation of brand value, with a holistic vision, ingenuity and responsibility.

Content:

- 6.1 Strategic planning in health services marketing
- 6.2 Marketing plan in health organizations
- 6.3 Communication and promotion of services

Time Allotted: 7 hours

VI. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT I				
	Documentary investigation of the health tourism destination	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attends professor's directions to carry out documentary research in reliable and current sources of information such as databases, academic articles and books. 2. Meets in teams. 3. Selects a health tourism destination for the development of the practice. 4. Identifies the characteristics of the target market in health tourism destinations. 5. Makes a list of characteristics of the target market. 6. Prepares a list of characteristics of the offer of health services in health tourism destinations. 7. Selects the best practices that generate value in the selected healthcare destination. 8. Writes a report with the results of the investigation. 9. Presents and delivers to the professors for review and feedback. 10. Heeds observations. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Bibliographic resources (books, magazines, book chapters, articles, manuals, etc.). 	2 hours
UNIT II				
	Projection matrix of potential customers and potential products	<ol style="list-style-type: none"> 1. The student attends to the teacher's instructions to carry 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. 	2 hours

	and services.	<p>out the projection matrix to determine the appropriate market segments for the organization (Ansoff matrix).</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Meets in teams. 3. Selects an organization for the development of the practice. 4. Analyzes the organization by reviewing its current products and services, current customers, and potential customers. 5. Writes a report with the results of the analysis. 6. Presents and delivers to the professor for review and feedback. 7. Heeds observations. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliographic resources (books, magazines, book chapters, articles, manuals, etc.). 	
UNIT III				
	7 Ps analysis	<ol style="list-style-type: none"> 1. The student Attends the professor's directions to perform the analysis of the mixture of the 7 ps 2. Meets in teams. 3. Select a health organization for the development of the practice. 4. Identifies the elements of the mix that ensure business growth. 5. Presents and delivers to the professor for review and feedback. 6. Heeds observations. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Bibliographic resources (books, magazines, book chapters, articles, manuals, etc.). 	4 hours
UNIT IV				

	Marketing Strategies	<ol style="list-style-type: none"> 1. The student attends the professor's instructions to carry out marketing strategies 2. Meets in teams. 3. Selects an organization for the development of the practices during the course. 4. Analyzes the opportunities and strengths of the organization (SWOT) for the drafting of strategies that contribute to the fulfillment of the objectives of the organization 5. Writes a report with the results of the analysis. 6. Presents and delivers to the professor for review and feedback. 7. Heeds observations. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Bibliographic resources (books, magazines, book chapters, articles, manuals, etc.). 	4 hours
UNIT VI				
	Tactics of the Health Tourism Marketing Plan	<ol style="list-style-type: none"> 1. The student attends the professor's directions to carry out the breakdown of the strategies in operational tactics of the 7 Ps 2. Meets in teams. 3. Selects an organization for the development of the practices during the course. 4. Analyze the improvement opportunities for the fulfillment of the objectives through the operationalization of the strategies 5. Deliveries of the complete marketing plan: objectives, 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer. • Internet. • Bibliographic resources (books, magazines, book chapters, articles, manuals, etc.). 	4 hours

		<p>research, analysis of the 7 Ps, strategies and tactics.</p> <p>6. Presents and delivers to the professor for review and feedback.</p> <p>7. Heeds observations.</p>		
--	--	--	--	--

VI. STRUCTURE OF FIELD PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT III				
	Market research	<ol style="list-style-type: none"> 1. The student heeds the indications of the professor's to carry out market research. 2. Meets in teams. 3. Selects an organization for the development of the practices during the course. 4. Analyzes the organization by applying the market research process: <ol style="list-style-type: none"> a) Justification of the quantitative method. b) Definition of the population or study units. c) Determination of the sample d) Choice of sampling methods. e) Choice of type of scales. f) Procedure and techniques for data collection. g) Design of data collection method and instruments. h) Application of data collection 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentation letter • Notes log • Data collection instrument • Data analysis software 	16 hours

		<p>method and instruments. i) Analysis of data.</p> <ol style="list-style-type: none">5. Writes a report with the results of the analysis.6. Presents and delivers to the professor for review and feedback.7. Takes care of observations.		
--	--	--	--	--

VII. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework: The first day of class the teacher must establish the form of work, evaluation criteria, quality of academic work, rights and obligations for teacher and students.

Teaching strategies (teacher):

- Deconstruction of examples
- Exhibition technique
- Practical exercises
- Directs, supervises and provides feedback on workshop practices
- Encourages the active participation of students
- Review and evaluate reports of practices and activities

Learning strategies (student):

- Research
- Case study
- Teamwork
- Exhibitions
- Dramatizations
- Abstracts
- Do the workshop practices
- Actively participate in class
- Graphic organizer (mind maps, infographics, summary tables, etc.)
- Work individually, in a team and in a group
- Prepare and deliver activities in a timely manner

VIII. EVALUATION CRITERIA

The evaluation will be carried out permanently during the development of the course as follows:

Accreditation criteria

To be entitled to ordinary and extraordinary exam, the student must meet the attendance percentages established in the current School Statute.

Scaled from 0 to 100, with a minimum approval of 60.

Assessment criteria

- 2 partial evaluations	20%
- Workshop practices	40%
- Service marketing plan	40%
Total	100%

IX. BIBLIOGRAPHY

Required	Suggested
<p>Gómez, S. A., Paz, M. R., y Jiménez, R. M. (2018). Turismo Médico en el norte de México. San Luis Rio Colorado Sonora: Universidad Estatal de Sonora.</p> <p>Hillestad, S. G. y Berkowitz, E N. (2018). Health Care Market Strategy: From Planning to Action (5th ed.). USA: Johnes & Bartllet.</p> <p>Kotler, P. (2021). Strategic Marketing For Health Care Organizations. (2nd ed). USA: John Wiley & Sons.</p> <p>Smith, M., & Puczkó, L. (2017). Salud, Turismo y Hospitalidad. México: Trillas</p>	<p>Deloitte. (2019). Oportunidades de Mercado y Perspectivas del turismo de salud en México. Recuperado de: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/bienes-raices/2019/Turismo-de-Salud-en-Mexico.pdf</p> <p>Martínez, D. (2016). Turismo médico: generalidades para su comprensión integral. <i>Turismo y Sociedad</i>. 19, 137-161. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/312247847_Turismo_medico_generalidades_para_su_comprension_integral</p> <p>Erfurt-cooper, P., & Cooper, M. (2009). Health and wellness tourism. Reino Unido: Channel View Publications.</p> <p>Eric, N. Berkowitz (2016). Essentials of Health Care Marketing (4th ed.). USA: Johnes & Bartllet.</p>

X. TEACHER PROFILE

The professors who lectures the Health Tourism Marketing learning unit must have a bachelor's degree in marketing, tourism management, administration, or a related area, preferably with postgraduate studies in marketing, administration or a related area, Must have at least 2 years of experience teacher, at least 2 years of work experience, 3 years in the area of sales, tourism, marketing, administration or similar in health organizations. It must be proactive, analytical, critical thinking and research-driven.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Gestión Pública del Turismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Andrea González Acevedo
Blanca Estela López López
Elda Areli Luque
Jorge Carlos Morgan Medina
Marisa Reyes Orta

Fecha: 12 de marzo de 2021

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es que el estudiante reconozca la importancia de la gestión pública del turismo, así como los principios básicos para el análisis de su instrumentación y desempeño en una región específica.

La utilidad de esta radica en que le otorga un panorama de actuación del gobierno en materia turística que favorece la toma de decisiones, la identificación de necesidades sociales o de oportunidades en el ámbito privado o público.

Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter optativa y pertenece al área de conocimiento Turismo

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar el conjunto de políticas turísticas actuales, transversales y los instrumentos derivados de ellas, mediante la revisión del marco conceptual, legal y normativo, para identificar áreas de oportunidad e inconsistencias en su ejercicio en un destino determinado, con pensamiento crítico, innovador y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elaboración de un informe de políticas o un *policy brief* a partir de la selección de un micro-destino, identificando sus problemáticas. Revisará las políticas aplicadas a la región, analizando y generando hipótesis. Deberá justificar sus juicios de valor. Deberá incluir una agenda de acción para la solución de los problemas principales identificados.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Bases conceptuales de la gestión pública del turismo.

Competencia: Analizar el concepto, la evolución y la clasificación de los instrumentos principales de la política turística, a partir de una revisión teórica, para comprender la importancia y características actuales de la misma, con interés, compromiso y responsabilidad.

Contenido:

- 1.1 Concepto y funciones de la administración pública.
- 1.2 El turismo como parte de la función pública
- 1.3 Organismos de la administración pública centralizados y descentralizados.
- 1.4 Definición de la política turística.
- 1.5 Evolución de la política turística.
- 1.6 Clasificación de los instrumentos de política turística.

Duración: 6 horas

UNIDAD II. Funcionamiento e integración de los organismos turísticos

Competencia:

Identificar el funcionamiento de los organismos turísticos en México a nivel general, regional y local, mediante el estudio de sus disposiciones generales, facultades y atribuciones, para conocer su impacto e importancia el sector turístico, con actitud analítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1 Organismos Federales de turismo.
 - 2.1.1 Disposiciones generales.
 - 2.1.2 Integración de departamentos y organigrama.
 - 2.1.3 Atribuciones del organismo Federal.
- 2.2 Organismo Estatal de turismo.
 - 2.2.1 Disposiciones generales.
 - 2.2.2 Integración de departamentos y organigrama.
 - 2.2.3 Atribuciones del organismo Estatal.
- 2.3 Organismo Municipal de turismo.
 - 2.3.1 Integración de departamentos y organigrama.
 - 2.3.2 Atribuciones del organismo Municipal.

UNIDAD III. Naturaleza de las oficinas de turismo

Competencia:

Analizar la naturaleza de las oficinas turísticas, el desarrollo de sus actividades y directrices, mediante el manejo de fuentes de información específicas del sector turístico, que permitan una buena gestión entre el sector público y privado, con visión holística, responsabilidad y ética profesional.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1 Definición de oficinas de turismo e historia.
 - 3.1.1. Misión, visión y objetivos
- 3.2 Modalidades de oficinas de turismo.
- 3.3 Normativa.
- 3.4 Funciones.
- 3.5 Relación entre el sector público y privado.
 - 3.5.1 Transversalidad entre sectores.
- 3.6 Servicios de las oficinas de turismo.
 - 3.6.1 Información turística.
 - 3.6.2 Promoción y comunicación del destino.
 - 3.6.3 Gestión de inversión pública en servicios de infraestructura y equipamiento.
 - 3.6.4 Gestión de inversión en el patrimonio con uso turístico.
 - 3.6.5 Servicios al destino turístico.
 - 3.6.6 Creación de producto turístico.
 - 3.6.7 Calidad e innovación y competitividad.
 - 3.6.8 Estadísticas.
- 3.7 Los profesionales de las oficinas de turismo.
 - 3.7.1 Perfil profesional de la oficina de turismo.
 - 3.7.2 Competencias profesionales.
 - 3.7.3 Formación de los profesionales de la oficina de turismo.

UNIDAD IV. Políticas Públicas Turísticas en México

Competencia:

Examinar el funcionamiento de las políticas turísticas en México a nivel nacional, regional y local, mediante el estudio de sus planes de desarrollo sexenal, para conocer su impacto e importancia el sector turístico, con actitud analítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 4.1 Caracterización de la evolución de la política turística y sus instrumentos en México.
 - 4.1.1 Caracterización de planes generales, regionales y locales de los últimos sexenios.
 - 4.1.2. Identificación de la evolución en la gestión de la política pública turística.
- 4.2. Planes de desarrollo y planes sectoriales y programas de ordenamiento.
- 4.3. Planes estratégicos y proyectos.
- 4.4. Presupuesto destinado al sector turístico.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Mapa mental sobre la política turística, evolución y sus instrumentos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el mapa mental. 2. Durante la exposición del profesor, el estudiante deberá tomar nota sobre el concepto, la importancia, los instrumentos y la evolución de la política turística. 3. Integrados en equipos, discuten y elaboran un mapa mental con los temas presentados por el profesor. 4. Revisan bibliografía complementaria. 5. Integran información adicional. 6. Concluyen el mapa mental y lo presentan en plenaria en no más de cinco minutos por equipo. 7. El resto de los equipos deberán estar atentos y al menos tener dos participaciones en la sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	6 horas
UNIDAD II				
2	Cuadro comparativo sobre los diferentes organismos turísticos en los diversos niveles: Municipal, Estatal y Federal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el cuadro comparativo 2. Durante la exposición del profesor, el estudiante deberá tomar nota sobre las 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos 	4 horas

		<p>facultades, disposiciones, atribuciones, y funcionamiento en general de los organismos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Integrados en equipos, discuten y elaboran un mapa conceptual con los temas presentados por el profesor. 4. Revisan bibliografía complementaria. 5. Integran información adicional. 6. Concluyen cuadro comparativo y lo presentan en plenaria en no más de cinco minutos por equipo. 7. El resto de los equipos deberán estar atentos y al menos tener dos participaciones en la sesión. 	de libros, artículos, manuales, etc.).	
UNIDAD III				
3	Esquematizar lo servicios de las oficinas de turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el esquema de trabajo. 2. Durante la exposición del profesor, el estudiante deberá tomar nota sobre las actividades orientadas a las oficinas de turismo en general. 3. Integrados en equipos, discuten y elaboran un esquema de servicios con los temas presentados por el profesor. 4. Revisan bibliografía complementaria. 5. Integran información adicional. 6. Concluyen el esquema y lo presentan al profesor, de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos LIBRO: Gestión Pública para el turismo • Gestión de oficinas de turismo • Adaptación a México. 	8 horas

		forma en que haya sido acordado.		
UNIDAD IV				
4	Elaboración de un policy brief de micro-destino	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el policy brief 2. Durante la exposición del profesor, el estudiante deberá tomar nota sobre el análisis de los planes de desarrollo en un micro-destino. 3. Integrados en equipos, eligen un microdestino para trabajar su policy brief. 4. Discuten y elaboran un policy brief con los temas presentados por el profesor. 5. Revisan bibliografía complementaria. 6. Integran información adicional. 7. Concluyen el esquema, lo presentan al profesor y al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	14 horas

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
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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

- Exámenes escritos.....	20%
- Entrega de reportes y actividades.....	25%
- Participación en clase.....	15%
- Policy brief como evidencia de aprendizaje.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Baja California. (2020, Febrero). Plan Estatal de Desarrollo de Baja California 2020-2024. <i>OBSERBC</i>. http://www.obserbc.com/documentos/plan-estatal-de-desarrollo-de-baja-california-2020-2024/</p> <p>Fernández, J. (s.f.). La administración pública del turismo. <i>Instituto de investigaciones jurídicas de la UNAM</i>. 225-250. Recuperado de https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2722/17.pdf</p> <p>Gobierno de Mexicali (2021). <i>Plan Municipal de Desarrollo</i>. Comité de Planeación para el Desarrollo Municipal de Mexicali. Recuperado de http://coplademm.org.mx/</p> <p>Jamal, T., & Camargo, B. A. (2018). Tourism governance and policy: Whither justice? <i>Tourism management perspectives</i>, 25, 205-208.</p> <p>Ley Orgánica de la Administración Pública. (Diciembre 29 de 1976). Diario Oficial de la Federación, DOF 11-01-2021. Recuperado de Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (diputados.gob.mx)</p> <p>Plan Nacional de Desarrollo (2019). Recuperado de https://www.planeandojuntos.gob.mx/</p> <p>Secretaría de Turismo (2020). <i>Programa Sectorial de Turismo 2020-2024</i>. Recuperado de https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mensaje-del-secretario-programa-sectorial-</p>	<p>Castejón, R., Méndez, E., Martínez, J. L. & Pérez, A. (2014). <i>Introducción a la economía para el turismo</i>. México: Pearson. Recuperado de https://www.popularlibros.com/libro/introduccion-a-la-economia-para-el-turismo_702236</p> <p>González, M. V. (2005). ¿Existe la política turística? La acción. <i>Política y sociedad</i>, 42(1), 169-195.</p> <p>Graglia, J. E. (2012). <i>En la búsqueda del bien común: Manual de políticas públicas</i>. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung, ACEP.</p> <p>Izard, O. M. (2011). <i>Gestión de oficinas de turismo</i>. España: UOC, S.L. [clásica]</p> <p>Izard, O. M., Simon, R.A., Hereu, J.C., González, F., Pallás & J.M. (2011). <i>Gestión Pública para el turismo</i>. España: UOC, S.L. [clásica]</p> <p>Khoo, C. (2021). <i>Tourism Management Perspectives</i>. Board. 2211-9736. Recuperado de https://www.journals.elsevier.com/tourism-management-perspectives</p> <p>Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. <i>Planning and Local Concerns, Tourism Planning & Development</i>, 16 (4), 353-357</p> <p>Organisation for Economic Co-operation and Development (2010).</p>

<p>de-turismo-2020-2024</p> <p>Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. <i>PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural</i>, 14(3), 577-594.</p> <p>Velasco, M. (2017). <i>Tourism policy. Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance</i>. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5_2674-1</p>	<p>Tourism 2020: Policies to Promote Competitive and Sustainable Tourism. https://doi.org/10.1787/tour-2010-en</p>
--	---

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje debe contar con título de Licenciado en Gestión Turística, Turismo o afín, economía, administración pública o que haya laborado en el sector público. Preferentemente con maestría o especialización en políticas públicas, economía política, turismo o área relacionada con ciencias sociales. Experiencia mínima de un año como profesional del área de turismo. Preferentemente, experiencia en docencia. Responsable, facilidad de palabra y con actitud proactiva.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

1. **School:** Accounting and Business Mexicali and Tourism and Marketing Tijuana
2. **Major:** Bachelor's Degree in Marketing Bachelor's and Degree in Tourism Business Administration
3. **Study Program:**
4. **Learning Module Name:** Personal Branding
5. **Number:**
6. **CH:** 02 **WH:** 03 **LH:** 00 **FPH:** 00 **CLH:** 00 **EH:** 02 **CR:** 07
7. **Stage:** Terminal
8. **Module Type:** Elective
9. **Course Enrollment Requirements:** None

Learning Module Design Team

Mónica Claudia Casas Páez
Roberto Patricio Vázquez Alcázar

Approval of Assistant Dean (s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo.

Date: March 22, 2021

II. PURPOSE OF LEARNING MODULE

The learning unit Personal branding aims for the student to design a marketing communication plan to develop a positive image that habilitate a person to become a brand. In addition, it allows the student to become a personal advisor in the personal branding area. This subject is part of the terminal stage, it is optative, and corresponds to the area of knowledge: Commercialization and sales. In Degree in Tourism Business Administration this subject is part of the terminal stage, it is optative, and corresponds to the area of knowledge: Marketing

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

Apply image and personal marketing tools through planning, organization, direction and management to design strategies that allow individuals to become a commercial personal brand, and construct a favorable positioning to their public with responsibility and respect.

IV. EVIDENCES OF LEARNING/ACHIEVEMENT

Marketing plan for individuals applying the appropriate methods and procedures of image and personal marketing for their personal purposes that includes a personal analysis to find a value proposition, strategies and marketing mix.

V. UNIT DESCRIPTION
UNIT I. Personal goals

Competency:

Identify personal marketing theories through the comparison of commercial and personal marketing to help develop an individual as a personal brand, with a critical and constructive sense.

Content:

Time Allotted: 4 hours

- 1.1. Personal Marketing concept
- 1.2. Differences between commercial marketing and personal marketing
- 1.3. Personal brand concept
- 1.4. Value proposal
- 1.5. Effective communication and image
 - 1.5.1 Body Expression
 - 1.5.2 Good manners
 - 1.5.3 The look and smile
- 1.6. Behavior
- 1.7. Life project

UNIT II. Personal brand research

Competency:

To recognize an individual skills and strengths, as a principle of their personal offer and value proposition, through the analysis of their aspirations and motivations, to develop their personal brand proposal with thoughtful, proactive and objective thinking.

Content:**Time Allotted:** 8 hours

- 2.1. Personal interests toward personal image
- 2.2. Personal brand research
- 2.3. Personal brand positioning
- 2.4. Personal brand element analysis
- 2.5. Aspirations
- 2.6. Ethical values
- 2.7. Possibilities
- 2.8. Personal project
- 2.9. Professional project
- 2.10. Personal strengths and weaknesses evaluation

UNIT III. Personal marketing plan

Competency:

To prepare a business, labor and marketing value proposal for an individual, to make a positive impact in their audiences, through the creation of a personal branding marketing plan, with responsibility and professional ethics.

Content:**Time Allotted:** 10 hours

- 3.1. Market segmentation (audience selection)
- 3.2. Message
- 3.3. Resume
- 3.4. Job interview
- 3.5. Personal marketing plan elaboration
 - 3.5.1. Personal mix marketing
 - 3.5.2. Promotional style
 - 3.5.3. Personal image design

UNIT IV. Promotional strategies

Competency:

To develop personal promotion strategies through the use of promotional tools and product design to achieve consolidation of the desired positioning by individuals with responsibility and proactivity.

Content:**Time Allotted:** 10 hours

- 4.1. Promotional strategies of personal sales
- 4.2. Fairs and exhibitions
- 4.3. Social Media
- 4.4. Personal Relationship Management (PRM)
- 4.5. Merchandising
- 4.6. Public Relations
- 4.7. Professional ethics

VI. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

No.	Practice Name	Procedure	Support resources	Time
UNIT I				
1	Life project	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's instructions about the approach of personal interests. 2. To write the list of personal interests to identify the personal goals. 3. To identify the personal signatures through the recognition of the impact of gestures, voice, and personal manners to find opportunity areas. 4. Delivers the report to the teacher 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer • Internet • Bibliographics and electronics resources 	4 hours
UNIT II				
2	A personal SWOT matrix	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's instructions about the elaboration of a personal SWOT matrix. 2. To write the opportunities found in the SWOT matrix 3. To identify the personal positioning and the elements to promote. 4. Delivers the report to the teacher for recommendations and adjustments. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer • Internet • Bibliographics and electronics resources 	4 hours
UNIT III				
3	Segmentation	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's instructions about the segmentation techniques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer • Internet • Bibliographics and electronics 	4 hours

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Determine the correct segment or audience for a specified personal brand through the recognition of the value of the segment. 3. Deliver the report to the teacher for recommendations and adjustments. 	resources	
4	Message	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's instructions about the message design. 2. Determine the correct message for the segment or audience for a specified personal brand to incorporate it in all the promotional mix. 3. Deliver the report to the teacher for recommendations and adjustments. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer • Internet • Bibliographics and electronics resources 	4 hours
5	Resume	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's instructions about the elaboration of a personal Resume. 2. Write the personal assets in a resume template to assure that empathises with the job or labour proposal. 3. Deliver the report to the teacher for recommendations and adjustments. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer • Internet • Bibliographics and electronics resources 	4 hours
6	Job interview simulation	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's instructions about the job interview preparation. 2. Determine the correct job interview techniques to apply in a specific situation. 3. Simulates a job interview with the help of a Human 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer • Internet • Bibliographics and electronics resources 	4 hours

		<p>Resources expert.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. With the help of the teacher and students, emulate different situations that require personal skills assertiveness, eloquence, empathy and professional behavior, 5. Writes a personal report of the experience. 6. Deliver the report to the teacher for recommendations and adjustments. 		
7	Marketing plan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's instructions about the elaboration of a personal marketing plan. 2. Develop a marketing plan that includes: money to invest, market, message, media, macro programming (dates), micro programming (schedule of media) and metrics, and the promotional style. 3. Deliver the report to the teacher for recommendations and adjustments. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer • Internet • Bibliographics and electronics resources 	12 hours
8	Personal image	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's instructions about the elaboration of a moodboard for 3 different looks. 2. Develop a personal image for three or more look situations. 3. Deliver the report to the teacher for recommendations and adjustments. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer • Internet • Bibliographics and electronics resources 	4 hours
UNIT IV				
9	Promotional strategies	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attend the teacher's 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer 	8 hours

		<p>instructions about the elaboration of a promotional package.</p> <ol style="list-style-type: none">2. Develop a personal promotional package for fairs, exhibitions, PRM and merchandising.3. Deliver the portfolio to the teacher for recommendations and adjustments.	<ul style="list-style-type: none">• Internet• Bibliographics and electronics resources	
--	--	---	---	--

VII. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework: The first day of class the teacher must establish the form of work, evaluation criteria, quality of academic work, rights and obligations for teacher and students.

Teaching strategies (teacher):

- Deconstruction of examples
- Exhibition technique
- Practical exercises
- Directs, supervises and provides feedback on workshop practices
- Encourages the active participation of students
- Review and evaluate reports of practices and activities

Learning strategies (student):

- Research
- Case study
- Teamwork
- Exhibitions
- Dramatizations
- Abstracts
- Do the workshop practices
- Actively participate in class
- Graphic organizer (mind maps, infographics, summary tables, etc.)
- Work individually, in a team and in a group
- Prepare and deliver activities in a timely manner

VIII. EVALUATION CRITERIA

The evaluation will be carried out permanently during the development of the course as follows:

Accreditation criteria

To be entitled to ordinary and extraordinary exam, the student must meet the attendance percentages established in the current School Statute.

Scaled from 0 to 100, with a minimum approval of 60.

Assessment criteria

- 2 partial exams.....	20%
- Practices	40%
- Final marketing plan.....	40%
Total	100%

IX. Bibliography

Required	Suggested
<p>Blakeman, R. (2018). <i>Integrated marketing communication: creative strategy from idea to implementation</i>. Rowman & Littlefield.</p> <p>Schaefer, M. W. (2017). <i>KNOWN: The handbook for building and unleashing your personal brand in the digital age</i>. Mark W. Schaefer.</p>	<p>Citroën, L. (2011). <i>Reputation 360: Creating power through personal branding</i>. Palisades Publishing. [clásic]</p> <p>Kang, K. (2013). <i>BrandingPays: The Five-Step System to Reinvent Your Personal Brand</i>. Branding Pays Media. [clásic]</p> <p>Mobray, K. (2009). <i>The 10Ks of Personal Branding: Create a Better You</i>. iUniverse. [clásic]</p>

X. TEACHER PROFILE

The professor who lectures Personal Branding learning unit must have a Bachelor's degree in Marketing, Business administrations or Communications; preferably with certified English studies with a postgraduate degree related to business and teaching experience of two years Working exercise of the marketing area for 2 years. Be proactive, analytical, precise and detailed so that it fosters a comprehensive vision for students.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Maître de Restaurant
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Alejandro Zazueta Valenzuela
Freddy Sánchez Dávila
Juan Arturo Cedilla Marín

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es que el alumno optimice los recursos del establecimiento de alimentos y bebidas, así como el uso de las instalaciones de comedor/salón por medio del desarrollo de una cultura de servicio utilizando modelos, protocolos especializados y diversas estrategias comerciales, permitiendo al estudiante generar herramientas de gestión, ventajas competitivas y experiencias enfocadas en la satisfacción del cliente con diplomacia, liderazgo y trabajo colaborativo.

Se imparte en la etapa Terminal de la Licenciatura en Gestión Turística con carácter Optativa y pertenece al área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Determinar diferentes modelos de negocio y protocolos de servicio especializados a partir de: cultura de servicio al cliente, calidad, hospitalidad, cocktail, vinos, licores, estrategias de comercialización y congruencia operativa entre ellas, con el fin de desarrollar una experiencia única considerando los diferentes perfiles de clientes con disciplina, ética y pensamiento holístico.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realizar un portafolio de evidencias que incluya: modelo de negocio, desarrollo de cultura de servicio al cliente, estrategias comerciales y protocolos de servicio, todo demostrado con fotografía de los procedimientos, técnicas y resultados de las estrategias desarrolladas.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Maître

Competencia:

Analizar la importancia del puesto de maître en un establecimiento de alimentos y bebidas a través de: habilidades, cualidades y procedimientos para identificar las ventajas competitivas y mejoras en la gestión con profesionalismo, ética e integridad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Concepto
 - 1.1.1. Objetivo del puesto
 - 1.1.2. Habilidades del puesto
 - 1.1.3. Calidad del puesto.
- 1.2. Cultura servicio.
- 1.3. Tecnicismo para el servicio al cliente.
- 1.4. Deontología del área de servicio (FOH)

UNIDAD II. Protocolos formales de servicio

Competencia:

Diferenciar los diversos protocolos formales de servicio al cliente, seguridad e higiene mediante el uso efectivo de mobiliario, equipo, utensilios y técnicas para diseñar diversas experticias y métricas de servicio con proactividad, trabajo colaborativo y disciplina.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. Protocolo de servicio enfocado a los diferentes perfiles de clientes.
- 2.2. Protocolos enfocados a la Norma Oficial Mexicana de buenas prácticas de higiene vigente.
- 2.3. Estructura de la brigada de servicio.
- 2.4. Establecer protocolos de servicio.
 - 2.4.1 Tipos de montaje y su uso.
 - 2.4.2. Equipo de servicio.
- 2.5 Servicio de gueridón.
 - 2.5.1. Flambear.
 - 2.5.2. Trinchar.
 - 2.5.3. Cuchareo.
 - 2.5.4. Deshuesar.
- 2.6 Desarrollar en métricas de servicio.

UNIDAD III. Administración de comedor.

Competencia:

Establecer una brigada profesional de servicio según la oferta gastronomía del establecimiento de alimentos y bebidas mediante la distribución de áreas de trabajo, perfil de puesto, horarios de servicio, entretenimiento, mantenimiento y limpieza para la gestión efectiva y organizada del salón comedor con liderazgo, proactividad y trabajo colaborativo.

Contenido:**Duración:** 6 horas

- 3.1. Establecimiento de horario de la brigada de servicio.
 - 3.1.1. Designación de áreas y roles de trabajo.
 - 3.1.2. Limpieza general y profunda.
- 3.2. Selección de animación, música o entretenimiento.
- 3.3. Administración de las áreas del comedor.
- 3.4. Acomodo de los clientes.

UNIDAD IV. Cultura del vino

Competencia:

Implementar el conocimiento fundamental en los procesos y características del vino, llevando un adecuado manejo en la conservación, resguardo y servicio para una óptima selección del vino en armonía con los platillos sugeridos al cliente con hospitalidad, congruencia e integridad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1 Proceso de vinificación.
- 4.2. Principales zonas vitivinicultoras y denominación de origen
- 4.2 Tipos de vino, uvas y características.
 - 4.2.1. Tinto
 - 4.2.2. Blanco
 - 4.2.3 Rosado
 - 4.2.4. Espumoso y generosos
- 4.3. Conservación y resguardo.
- 4.4. Protocolo de servicio de vino.
- 4.5. Armonía y maridaje con los alimentos

UNIDAD V. Servicio de licores, aguardientes y destilados de alta gama

Competencia:

Distinguir los procesos y características de licores, aguardientes y destilados de alta gama, mediante el correcto almacenamiento, inventario y protocolo de servicio correspondiente para generar una diferenciación en el servicio de productos premium e incrementar la venta superando la expectativa de los clientes con disciplina, honestidad y respeto.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. Proceso de elaboración.
- 5.2. Licores.
 - 5.2.1. Aguardientes.
 - 5.2.2. Destilados.
- 5.2. Principales zonas de denominación de origen.
- 5.3. Identificación de etiquetas de alta gama (premium)
- 5.4. Técnicas de servicio etiquetas de alta gama (premium)
- 5.5. Control de stock e inventario.

UNIDAD VI. Estrategias de venta.

Competencia:

Determinar estrategias y técnicas de venta en un establecimiento de alimentos y bebidas mediante una comunicación asertiva con las diferentes áreas o departamentos que integran la empresa para cumplir efectivamente con los objetivos establecidos con pensamiento analítico, creatividad y proactivo.

Contenido:

- 6.1. Comunicación con el área de cocina (BOH) y bar
- 6.2. Generación de estrategias y métricas de venta.
- 6.3 Técnicas de venta enfocadas al comedor.

Duración: 6 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Protocolos formales de servicio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Selecciona un tipo de servicio adecuado con una especialidad gastronómica. 4. Describe los protocolos de servicios. 5. Aplica los protocolos de servicio. 6. Realiza venta sugestiva de alimentos y bebidas. 7. Evalúa resultados obtenidos. 8. Integra el producto final a su portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo y utensilios de servicios. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Uniforme de servicio y zapato antiderrapante. • Protocolos de servicios. 	10 horas
2	Servicio de gueridón	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Selecciona un tipo de servicio adecuado con una especialidad gastronómica. 4. Describe los protocolos de servicio en gueridón. 5. Aplica los protocolos de servicio en gueridón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliario de comedor. • Gueridón. • Equipo y utensilios de servicios. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Uniforme de servicio y zapato antiderrapante. • Protocolos de servicios. 	8 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 6. Presenta el platillo utilizando la técnica correspondiente. 7. Evalúa resultados obtenidos. 8. Integra el producto final a su portafolio de evidencias. 		
UNIDAD III				
3	Administración de comedor.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Clasifica las áreas de servicio dentro de comedor. 4. Vende las diferentes áreas del comedor. 5. Evalúa resultados obtenidos. 6. Integra el producto final a su portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliario de comedor. • Equipo y utensilios de servicios. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Uniforme de servicio y zapato antiderrapante. • Protocolos de servicios. 	8 horas
UNIDAD IV				
4	Protocolo de servicio de vino.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Presenta el vino al cliente. 4. Desarrolla el protocolo de servicio de vino. 5. Evalúa resultados obtenidos. 6. Integra el producto final a su portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliario de comedor. • Utensilios de servicios de vino. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Uniforme de servicio y zapato antiderrapante. • Protocolos de servicios de vino. 	6 horas
5	Armonía y maridaje con los	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliario de comedor. 	8 horas

	alimentos.	<p>profesor para realizar la práctica.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Sugiere el vino idóneo al cliente en armonía con su alimento. 4. Desarrolla el protocolo de servicio de vino. 5. Evalúa resultados obtenidos. 6. Integra el producto final a su portafolio de evidencias 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de servicios de vino. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Uniforme de servicio y zapato antiderrapante. • Protocolos de servicios de vino. 	
UNIDAD V				
6	Protocolo de servicio de etiquetas premium.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Presenta la etiqueta premium al cliente. 4. Desarrolla el protocolo de servicio de etiqueta premium. 5. Evalúa resultados obtenidos. 6. Integra el producto final a su portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliario de comedor. • Utensilios de servicios de etiqueta premium. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Uniforme de servicio y zapato antiderrapante. • Protocolos de servicios de etiqueta premium. 	8 horas

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
- Desarrollo de prácticas de taller.
- Asesoría y retroalimentación al alumno
- Ejercicios prácticos
- Invitar a expertos en el área.
- Proyección audiovisual de temas relacionados.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Reportes
- Prácticas de taller.
- 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

- 1 examen parcial teórico.....	15%
- 1 examen parcial práctico.....	15%
- Talleres	20%
- Tareas, actividades y exposiciones.....	10%
- Portafolio de evidencias.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Angos, V, A. (2016). <i>Diseño de procesos de servicio en restauración</i>, Parainfo.</p> <p>Flores, A, A. (2018). <i>Servicio en restaurante</i>. Re-Ma.</p> <p>García, L., Degrosi, C. y Feijoó, J.L. (2018). <i>Alimentos y bebidas: Su gerenciamiento en hoteles y restaurantes</i> (2a ed). Amazon Digital.</p> <p>Guerrero, R. (2019). <i>Procesos básicos de preparación de alimentos y bebidas 2</i>. Paraninfo, SA.</p> <p>Hinojo, J. J. (2016). <i>Sistemas de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante</i>. Paraninfo, SA.</p> <p>The culinary institute of America. (2014). <i>Remarkable Service</i>. Wiley. [clásica]</p>	<p>Castellón, F. (2006). <i>Cocteles</i>. Ediciones Larousse S.A de C.V [clásico]</p> <p>Cobbold D., Durand, V, S. (2017). <i>Larousse Wine</i>. Hamlyn</p> <p>Díaz, M. Á. F. (2016). <i>Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio</i>, Tutor Formación.</p> <p>Food & Beverage magazine (2020). <i>Food & Beverage magazine</i>. Recuperado de https://www.fb101.com/</p> <p>Gómez, E. (2002). <i>Higiene en alimentos y bebidas</i>. Trillas. [clásico]</p> <p>Navarro, A. (2016). <i>Larousse del Tequila</i>. Larousse S.A de C.V</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Maître de Restaurant debe contar con título de licenciatura en turismo, gestión turística, gastronomía o afín, preferentemente con posgrado o estudio de especialidad en el área de servicio o sommelier, con 4 años de experiencia laboral comprobable en: puestos de mandos medio-alto o gerencias de servicio en comedor, impartición de servicio formal, servicio de vinos, licores y control de inventarios y stock con trabajo colaborativo, proactivo e integro.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Turismo de Reuniones
- 5. Clave:**
- 6. HC:** 02 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Martha Ofelia Lobo Rodríguez
Ario Refugio Estrada Gaxiola
Sulema de Jesús Reyes Fonseca

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Turismo de Reuniones proporcionará herramientas al estudiante para determinar la vocación de turismo de reuniones en diferentes destinos a través del análisis de la oferta y demanda de la industria de congresos y convenciones, con lo que se tendrán oportunidad de apoyar en la realización de estas actividades a distintas instituciones de la industria, como serían las Oficinas de Convenciones y visitantes, Organismos, Instituciones, así como a la iniciativa privada dedicada a esta industria. Esta asignatura se imparte en la etapa terminal con carácter optativo y pertenece área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Determinar la vocación de Turismo de reuniones de un destino turístico, utilizando diferentes herramientas de análisis de mercado, con el fin identificar el mercado meta, la infraestructura física y el capital humano con que cuenta el destino para la realización de congresos y convenciones, bajo una visión emprendedora y de sostenibilidad en la región.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora y entrega por escrito un diagnóstico integral de un destino turístico, mediante la contextualización de la oferta y la demanda de la industria de turismo de reuniones, para apoyar el desarrollo de la industria, respetando la sostenibilidad de la región.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos de la industria de congresos y convenciones

Competencia:

Analizar los principales conceptos teóricos referentes a la industria de turismo de reuniones, mediante el estudio de sus antecedentes, evolución, impacto y tendencias, para contar con una visión global e integral de la actividad, con pensamiento crítico y el espíritu de servicio.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1 Antecedentes históricos de los grupos, congresos y convenciones.
- 1.2 Situación actual de los congresos y convenciones.
- 1.3 Repercusión económica de los congresos y convenciones.
- 1.4 Tendencias en la industria de los congresos y convenciones.
- 1.5 El campo de los congresos y convenciones.
- 1.6 Organizadores profesionales de eventos.
- 1.7 Comité organizador

UNIDAD II. Cadena de valor de la industria de congresos y convenciones (oferta)

Competencia:

Analizar la cadena de valor de la industria de turismo de reuniones, mediante la identificación de sus agentes, para contar con un inventario y tener conocimiento de las capacidades de la oferta, de manera ordenada y honesta.

Contenido:

Duración: 6 horas

2.1 Información general del destino

- 2.1.1 Ubicación
- 2.1.2 Turística
- 2.1.3 Económica

2.2 Tipos de establecimientos para la realización de congresos y convenciones

- 2.2.1 Hoteles
- 2.2.2 Recintos feriales

2.3 Proveedores de la industria de congresos y convenciones

- 2.3.1 Operadores terrestres
- 2.3.2 Catering y AyB
- 2.3.3 Espectáculos y entretenimiento
- 2.3.4 Tours
- 2.3.5 Proveedores especializados

2.4 Promotores de la industria de congresos y convenciones

- 2.4.1 Burós de convenciones de los destinos
- 2.4.2 Secretarías de Turismo de los Estados
- 2.4.3 DMC's

2.5 Planeadores de congresos y convenciones

- 2.5.1 Meeting Planners en sus diferentes variantes (PCO's, casas de incentivo, agencias especializadas, agencias de relaciones públicas y publicidad, etc.)

UNIDAD III. Segmentos de mercado de turismo de reuniones (demanda)

Competencia:

Identificar los segmentos de mercado que participan en la industria de turismo de reuniones, mediante el análisis y determinación de cada uno de los sectores, para conocer la demanda potencial de un destino turístico y preparar la oferta de acuerdo a los gustos y preferencias del mercado, con responsabilidad y trabajo multidisciplinario.

Contenido:**Duración:** 6 horas

- 3.1 El mercado de las asociaciones estatales, nacionales e internacionales.
- 3.2 El mercado de las organizaciones gremiales.
- 3.3 El mercado del gobierno.
- 3.4 El mercado de las organizaciones empresariales.
- 3.5 El mercado empresarial de los viajes de incentivos.
- 3.6 El mercado del ocio y de la tercera edad a través de agencias de viajes.
- 3.7 El mercado de la educación y los deportes.
- 3.8 El mercado de las exhibiciones y trade shows

UNIDAD IV. Comportamiento del consumidor de turismo de reuniones

Competencia:

Determinar las diferentes características para la selección de un destino, considerando el comportamiento del consumidor en los procesos de compra-venta de congresos y convenciones para llevar a cabo un evento de turismo de reuniones, con responsabilidad social, honestidad y liderazgo.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1 El proceso de compra del mercado de grupos y convenciones.
- 4.2 Elección del destino.
- 4.3 Consideraciones de los organizadores para la elección del destino.
- 4.4 Las visitas de inspección.
- 4.5 Análisis de principales competidores
- 4.6 Toma de decisiones.

UNIDAD V. Diagnóstico de destino

Competencia:

Realizar un diagnóstico integral de un destino, mediante la contextualización de la oferta y demanda de la industria de turismo de reuniones, para apoyar el desarrollo de la industria, con responsabilidad y de forma metódico.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 5.1 Elementos que incluye un diagnóstico
- 5.2 Integración de la cadena de valor del mercado de turismo de reuniones (inventario de oferta).
- 5.3 Breve descripción de cada uno de los segmentos de turismo de reuniones. Ampliando a detalle el mercado seleccionado
- 5.4 Explicación del proceso de compra del mercado seleccionado.
- 5.5. Realización de un diagnóstico FODA del destino en el mercado seleccionado (justificar con datos cualitativos y cuantitativo)
- 5.6 Generación de al menos dos estrategias para atraer el mercado de reuniones seleccionado (con detalle de operación de cada una de ellas)
 - 5.6.1 Presupuesto de operación de las estrategias.
 - 5.6.2 Resultados esperados.
 - 5.6.3 Resumen ejecutivo

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Cadena de valor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para determinar la cadena de valor. 2. Se reúne en equipo. 3. Identifica los diferentes agentes que participan en la cadena de valor de la industria de turismo de reuniones. 4. Identifica las capacidades de la oferta de la cadena de valor considerando: Afluencia de turistas, aportación al PIB, relevancia del turismo de reuniones, oficinas encargas de promoción. 5. Realiza inventario 6. Entrega inventario a docente para su revisión y retroalimentación. 7. Corrige observaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Referencias • Hojas • Lápiz 	6 horas
UNIDAD III				
2	Segmento de mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el segmento de mercado. 2. Se reúne en equipo. 3. Identifica los segmentos de mercado que participan en la industria 4. Analiza y determina los sectores, 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Referencias • Hojas • Lápiz 	8 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 5. Identifica la demanda potencial de un destino turístico. 6. Elabora una lista de opciones oferta de acuerdo a los gustos y preferencias del mercado. 7. Entrega reporte a docente para su revisión y retroalimentación. 8. Corrige observaciones. 		
UNIDAD IV				
3	Comportamiento del consumidor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para analizar el comportamiento del mercado. 2. Se reúne en equipo. 3. Selecciona un segmento de mercado de los analizados en la práctica anterior. 4. Analiza el proceso de compra-venta de congresos y convenciones. 5. Argumenta la elección del segmento fundamentado en la demanda del destino estudiado. 6. Entrega reporte a docente para su revisión y retroalimentación. 7. Corrige observaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Referencias • Hojas • Lápiz 	8 horas
UNIDAD IV				
4	Diagnóstico de destino	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el diagnostico de destino. 2. Se reúne en equipo. 3. Realiza un análisis comparativo de un destino y sus tres competidores. 4. Determina las áreas de oportunidad del destino para 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Referencias • Hojas • Lápiz • Proyector • Herramientas TIC 	10 horas

		<p>ingresar en el segmento de mercado seleccionado.</p> <ol style="list-style-type: none">5. Realiza propuesta de estrategias para atender el mercado de reuniones seleccionado.6. Entrega reporte a docente para su revisión y retroalimentación.7. Corrige observaciones.8. Presenta ante el grupo y docente la propuesta.		
--	--	---	--	--

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):

- Presenta información sobre los conceptos básicos de turismo de reuniones
- Presenta ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Proporciona información para las prácticas de taller
- Resuelve y ejemplifica con casos prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Diseña y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma

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.
- Es requisito realizar el diagnóstico integral de un destino seleccionado para desarrollar el turismo de reuniones para acreditar la asignatura.

Criterios de evaluación

- Presentación de avances	40%
- Diagnóstico integral de turismo de reuniones	40%
- Presentación ejecutiva	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Fenich, G. (2016). Meetings, Expositions, Events, and Conventions: An introduction to the industry</p> <p>Nardone, A. (2015). Turismo de reuniones: Mercado, marketing y gestión de destinos. Editorial Ugerman. Perú.</p> <p>Ramsborg, G. (2017). Professional Meeting Management: A Guide to Meetings, Conventions, and Events. Ed. Agate B2</p> <p>Secretaria de Turismo. (s.f.). Sitio oficial de Turismo de reuniones. Recuperado de http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/TurismoReuniones.aspx</p> <p>Yarto, E. (2017). Turismo de reuniones, convenciones, incentivos, congresos y exposiciones. (3ª ed.). México: Trillas.</p>	<p>Orange Grupo Editorial S.A. de C.V. (2019). MDC Mercado de convenciones. Recuperado de https://mdcmagazine.com/</p> <p>Grupo Punto Mice. (s.f.) Punto MICE. Recuperado de https://puntomice.com/sobre-nosotros/</p> <p>Nexos Turísticos S.C. (2021). Revista Nexos Turísticos. Recuperado de https://www.nexosturisticos.com.mx/</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura debe poseer un título de Licenciatura en Licenciatura en Turismo o área a fin, de preferencia con posgrado, con experiencia laboral y docente en turismo de reuniones mínima de 2 años y docente, con habilidades en organización de eventos grupos y convenciones.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Empresas de Gestión de Destino
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Valderes Espinosa Castañeda
Miguel Ángel Romo
Ricardo Verján Quiñones

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Empresas de Gestión de Destino tiene la finalidad que el alumno analice la cadena de valor turística desde la visión de la gestión de destino para facilitar la realización de eventos y paquetes turísticos. Permite tener un amplio conocimiento de las condiciones y recursos turísticos de una región para desarrollar toda clase de actividades que demanda el mercado de alto valor, desarrollando la capacidad de gestión y liderazgo, en un ambiente de trabajo en equipo, así como administración y organización del tiempo. Esta asignatura forma parte de la etapa terminal y es de carácter optativa y corresponde al área de conocimiento: Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Elaborar una propuesta de integración de la cadena de valor turística mediante la gestión de destino para la operación, administración y control en la realización de eventos y paquetes turísticos; con disciplina y respeto por la gestión empresarial.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Propuesta por escrito de una estrategia de integración de los participantes en la cadena de valor de un evento o paquete turístico que requiera del encadenamiento productivo que incluya por lo menos: a) diagnóstico, b) objetivos, c) propuesta de integración, d) costos y e) diseño de producto turístico.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos básicos de la gestión de destino

Competencia:

Identificar los componentes de las empresas de gestión de destinos mediante el análisis del tipo de mercado al que va dirigido para establecer la integración y facilitación de eventos y paquetes turísticos con equidad y transparencia.

Contenido:

Duración: 5 horas

- 1.1. Definición de empresa de Gestión de destino o DMC en turismo
- 1.2. Antecedentes de las DMC
 - 1.2.1 Clasificación de las DMC
- 1.3. Objetivos de las DMC
 - 1.3.1 Beneficios de contrato (cómo ayudan, en qué benefician)
- 1.4. Menú de opciones y funciones
- 1.5. Organigrama de un DMC
- 1.6. Categoría de servicios turístico
- 1.7. Uso de tecnologías en empresas de Gestión de destino
- 1.8. Aspectos para la gestión de un destino turístico competitivo
- 1.9. Operadores receptivos

UNIDAD II. Servicios que brindan las DMC productos y servicios

Competencia:

Analizar los productos turísticos que ofrece la agencia integradora de servicios profesionales y especialistas de viaje mediante la selección de los proveedores adecuados para el diseño de eventos y paquetes turísticos con equidad y transparencia.

Contenido:

Duración: 9 horas

- 2.1. Organización de eventos
- 2.2. Grupos y convenciones
- 2.3. Viajes a la medida y prediseñados para grupos
- 2.4. Turismo especializado
- 2.5. Viajes de incentivo
- 2.6. Servicios mixtos
- 2.7. Coordinar servicios y equipamientos
- 2.8. Manejo de grupos en una DMC
- 2.9. Venta de servicio de DMC (¿cómo?, ¿cuánto?, ¿a quién?)

UNIDAD III. Marco legal y organismos

Competencia:

Analizar las disposiciones legales que regulan a las empresas de gestión de destino, mediante la identificación de acuerdos, normas y organismos que rigen esta actividad; para generar productos turísticos que operen dentro de la ley con responsabilidad y transparencia.

Contenido:**Duración:** 9 horas

- 3.1. Reglamentación de la actividad. Ley General de Turismo y su Reglamento
- 3.2. ADEMAC, A:C: Asociación Mexicana de Destination Management
- 3.3. Certificaciones nacionales e internacionales
- 3.4. Organismos locales
- 3.5. Código Ético Mundial para el Turismo

UNIDAD IV. Diseño e integración de producto turístico

Competencia:

Elaborar una propuesta de integración de la cadena de valor turística mediante la aplicación de metodologías y criterios para el diseño, operación, administración, control y comercialización de productos turísticos; con ética profesional y respeto por la gestión empresarial.

Contenido:

Duración: 9 horas

- 4.1. Integración de productos turísticos
- 4.2. Metodología y casos de éxito en gestión de destinos
- 4.3. Empresas DMC
 - 4.3.1. Internacionales
 - 4.3.2. Nacionales
 - 4.3.3. En Baja California
- 4.4. Producto turístico integrado: a) diagnóstico, b) objetivos, c) propuesta de integración, d) costos y e) diseño de producto turístico

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Productos turísticos (organización de paquetes; grupos y convenciones; y viajes a la medida y prediseñados para grupos).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investiga el producto turístico existente en el mercado. 2. Identifica necesidades. 3. Evalúa la oportunidad. 4. Genera una nueva propuesta de producto turístico. 5. Presenta al grupo. 6. Recibe retroalimentación. 7. Ajusta la propuesta inicial. 8. Genera la propuesta final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Proyector. • Visita a proveedores. • Participación en evento de emprendedores 	9 horas
UNIDAD III				
2	Leyes aplicables al Turismo y sus reglamento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investiga las principales disposiciones legales para el mercado de agencias integradoras de viajes. 2. Analiza su alcance. 3. Elabora una línea del tiempo. 4. Elabora una infografía. 5. Presenta al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Proyector 	10 horas
3	Certificaciones nacionales e internacionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investiga las principales disposiciones para la certificación del mercado de agencias integradoras de viajes. 2. Analiza su alcance. 3. Elabora una infografía. 4. Presenta al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Proyector. 	8 horas
4	Código Ético Mundial para el Turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza su alcance. 2. Elabora un mapa conceptual. 3. Presenta al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Proyector. 	6 horas
UNIDAD IV				

5	Metodología y casos de éxito en gestión de destinos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selecciona un caso de éxito. 2. Identifica las estrategias utilizadas. 3. Evalúa la pertinencia de las mismas. 4. Señala mejores prácticas. 5. Elabora un mapa mental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Proyector. 	5 horas
6	Integración de producto Turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propone la integración de un producto turístico. 2. Elabora el diagnóstico. 3. Señala oportunidades de mercado y ventaja competitiva. 4. Revisa la viabilidad. 5. Realiza un producto turístico a nivel conceptual. 6. Presenta proyecto en un evento de emprendedores. 7. Elabora documento final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Proyector. 	10 horas

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
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Resúmenes
- Participa activamente en clase
- Organizador gráfico (mapas mentales, infografías, cuadros sinópticos, etc.)
- Trabaja de manera individual, en equipo y grupal
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma
- Visita a empresas y organismos turísticos
- Participación en evento de emprendedores

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%
- Prácticas de taller.....	30%
- Propuesta de una estrategia de integración.....	40%
- Presentación de la estrategia de integración.....	10%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

- Código Ético Mundial para el Turismo. (2001). *Organización Mundial del Turismo*. España. [clásica]
- Kosak, N. y Kozak, M. (2019). *Tourist Destination Management: Instruments, Products, and Case Studies (Tourism, Hospitality & Event Management)*. Switzerland: Springer.
- Morrison, A. (2019). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. (2 ed.). U.S.A.: Routledge.
- Reglamento de la Ley General de Turismo: http://www.sectur.gob.mx/pdf/0216/Reglamento_Ley_General_Turismo.pdf
- Ryan, C. (2020). *Advanced Introduction to Tourism Destination Management*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing.
- Sigala, M. y Robinson, R. (2019). *Wine Tourism Destination Management and Marketing: Theory and Cases*. Australia: Palgrave Macmillan

Complementarias

- Álvarez, J. (2019). *Gestión de Destinos Turísticos: Gestión de Destinos Turísticos 2.0: de la Planificación Turística tradicional a la Creación de Clusters Turísticos y Destinos en Redes*. <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041502/FrontPage>
- Asociación Mexicana de Destination Management, A.C. (s.f.). Asociación Mexicana de Destination Management <https://www.amdemac.org/amdemac-ac>
- Autana Projects. (2021). *Consultoría Estratégica en Planificación y Gestión de Proyectos Turística* <https://autanaprojects.com>
- Entorno Turístico. (2020). *¿Qué es una DMC?* <https://www.entornoturistico.com/que-es-una-dmc-en-turismo>
- Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO. (2014). *Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos*. Perú: Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico https://cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2019/06/conceptos_basicos.pdf [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Empresas de Gestión de Destino (DMC) debe contar con título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística, preferentemente con estudios de posgrado en área afín, con dos años de experiencia profesional y docente. Ser proactivo, analítico y que fomente la reflexión en los estudiantes.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Gestión de Economías Compartidas en Turismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Jorge Quiroz Félix
Marisa Reyes Orta
Nadxilli López Pérez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje proporciona las bases de la planeación y gestión de organizaciones turísticas aprovechando los recursos disponibles y los beneficios de las economías compartidas, lo que permite identificar áreas de oportunidad y tener una perspectiva innovadora en el diseño de proyectos de inversión siguiendo las tendencias globales y contribuyendo al desarrollo regional.

Se imparte en la etapa terminal es de carácter optativa y pertenece al área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar plan de negocios con enfoque de economía compartida, centrado en el aprovechamiento turístico, que permita la gestión eficiente de recursos, el análisis del entorno, el uso de plataformas digitales, software y herramientas especializadas, para adaptarse a las tendencias globales y contribuir al desarrollo regional, con liderazgo, innovación y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Plan de negocios utilizando los modelos de la economía colaborativa. Debe incluir diagnóstico, diseño estratégico, programa de acción, evaluación, control y presupuesto, así como la selección y uso eficiente de software especializado.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Fundamentos de economía compartidas

Competencia:

Identificar los beneficios de los modelos de las economías compartidas, a partir de la revisión de las bases conceptuales y la tipología, para reconocer las distintas aplicaciones en el sector turístico, con actitud reflexiva, metódica y sentido crítico.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Introducción a la economía compartida
 - 1.1.1. Antecedentes de la economía compartida
 - 1.1.2. Concepto de la economía compartida
- 1.2. Modelo de negocio
 - 1.2.1. Elementos del modelo de negocio de la economía compartida
- 1.3. Experiencias y tendencias de la economía compartida

UNIDAD II. Modelos de economía compartida

Competencia:

Analizar los modelos de economías compartidas que se han desarrollado en el ámbito turístico, identificando las características, las partes involucradas, distribución de beneficios y los impactos derivados de su implementación, para identificar su potencial uso en la región, con actitud responsable, lógica y ordenada.

Contenido:

Duración: 8 horas

2.1. Casos aplicativos de la economía compartida

2.1.1. Uber

2.1.2. Airbnb

2.1.3. StubHub

2.2. Impulsores de la economía compartida

2.2.1. Los colaboradores

2.3. Desventajas y riesgos

UNIDAD III. La implementación de las herramientas digitales y software en las organizaciones turísticas

Competencia:

Distinguir áreas de oportunidad en la región, mediante la elaboración de un diagnóstico focalizado en la caracterización de tendencias, recursos, plataformas, para identificar las necesidades de mercado aprovechando las economías de escala, con orden, actitud colaborativa y organizada.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. La importancia de la selección de herramientas digitales y software en las organizaciones turísticas
 - 3.1.1. Alojamiento
 - 3.1.2. Restauración
 - 3.1.3. Organización de eventos
 - 3.1.4. Comercialización de productos y servicios turísticos
- 3.2. Análisis de operaciones en las organizaciones turísticas con el uso de software
 - 3.2.1. Alojamiento
 - 3.2.2. restauración
 - 3.2.3. Organización de eventos
 - 3.2.4. Comercialización de productos y servicios turísticos

UNIDAD IV. Emprendimiento de organizaciones turísticas

Competencia:

Realizar el diseño estratégico y programa de acción centrado en un modelo de negocio de economías compartidas, cubriendo las necesidades identificadas en el diagnóstico y siguiendo los pasos de la planeación estratégica, para el diseño de una idea de negocio innovador, con actitud de emprendimiento, creatividad y eco-eficiencia.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Diseño del plan de negocio para la creación de una organización turística
- 4.2. Diseño del plan comercial para la nueva organización turística
- 4.3. Diseño de programas e indicadores para la gestión de una organización turística

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Identificar los beneficios de la economía compartida	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza un mapa mental de las principales características de la economía compartida 2. Realiza una reflexión de la economía compartida 3. Entrega de actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Computadora • Office 	4 horas
UNIDAD II				
2	Analizar los casos de éxito de la implementación de los modelos de las economías compartidas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza una búsqueda de las plataformas que han tenido mayor éxito. 2. Realiza un FODA de las plataformas con mayor éxito, definidas por el profesor. 3. Entrega la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Computadora • Office 	4 horas
3	Identificar las principales plataformas utilizadas en la región con enfoque de la economía compartida	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para identificar las principales plataformas utilizadas en la región con enfoque de la economía compartida. 2. Localiza las características de cada una de ellas. 3. Analiza la distribución de beneficios y los impactos derivados de su implementación 4. Realiza una tabla comparativa que muestre el potencial de uso de las plataformas en la región, con los indicadores que el profesor proporcionará. 5. Entrega la actividad a la hora y fecha indicada por el profesor . 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Computadora • Office 	8 horas
UNIDAD III				

4	Selección de plataforma digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica el mercado meta. 2. Selecciona plataforma digital como base del plan de negocio 3. Realiza estrategia comercial con el uso de la plataforma digital. 4. Entrega de la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Computadora • Office 	6 horas
UNIDAD IV				
5	Plan de negocio de una empresa turística con el enfoque de economía compartida	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza el diseño estratégico del plan de negocio de una empresa turística con el enfoque de economía compartida 2. Analiza su pertenencia 3. Realiza la presentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • computadora • Office 	10 horas

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
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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

- Evaluaciones parciales.....	30%
- Prácticas de taller	30%
- Plan de negocio	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Albinsson, P. A., & Perera, B. Y. (Eds.). (2018). <i>The rise of the sharing economy: exploring the challenges and opportunities of collaborative consumption</i>. ABC-CLIO.</p> <p>Belk, R. W., Eckhardt, G. M., y Bardhi, F. (Eds.). (2019). <i>Handbook of the sharing economy</i>. Edward Elgar Publishing.</p> <p>De Luna, I. R., Fitó-Bertran, À., Lladós-Masllorens, J., y Liébana-Cabanillas, F. (Eds.). (2019). <i>Sharing Economy and the Impact of Collaborative Consumption</i>. IGI Global.</p> <p>Hu, M. (Ed.). (2019). <i>Sharing economy: making supply meet demand</i>. Springer.</p> <p>Sundararajan, A. (2017). <i>The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism</i>. Mit Press.</p> <p>Schor, J. (2020). <i>After the gig: How the sharing economy got hijacked and how to win it Back</i>. Univ of California Press.</p>	<p>De León, I. (2020). La economía compartida, ¿es compartida?. Obtenido de https://blogs.iadb.org/innovacion/es/la-economia-compartida-compartida/</p> <p>Dolnicar, S., Reinhold, S. (2018). Airbnb's business model. <i>Peer-to-Peer Accommodation Networks</i> (pp. 27–38). Pushing the boundaries.</p> <p>Dolnicar, S., Reinhold, S. (2018). The sharing economy. <i>Peer-to-Peer Accommodation Networks</i> (pp. 15–26). Pushing the boundaries.</p> <p>Kovács, T.; Nábrádi, A. (2020). Types of sharing economies and collaborative consumptions. En <i>Book of Abstracts of International Conference on Economics of Decoupling</i> (p. 64-65). <i>Faculty of Economics & Business</i>.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Gestión de Economías Compartidas en Turismo debe contar con título de Licenciado en Economía, Mercadotecnia o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado en área afín, experiencia laboral mínima de 3 años en el área del conocimiento, preferentemente con experiencia docente, conocimientos del idioma inglés, proactivo, facilidad de palabra, dominio de herramientas digitales.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Logística y Transporte para Turoperadores
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Patricia Haros Delgado
Valderes Espinosa Castañeda.

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 17 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene como finalidad proporcionar al estudiante los conocimientos y habilidades de liderazgo, marketing y ventas en el área de logística y transporte para turoperadores que se requiere en la prestación de los servicios turísticos, fomentando el trabajo en equipo, de manera productiva.

Esta unidad de aprendizaje pertenece a la etapa terminal de la licenciatura en Gestión Turística, es de carácter optativo, forma parte del área de conocimiento de gestión turística y no cuenta con requisito para cursarla.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar propuestas de logística y transporte para turoperadores, a partir de la geografía regional, nacional e internacional con base en la demanda del usuario turístico, con la finalidad de crear y promocionar una empresa de servicio de viajes turísticos, con actitud colaborativa, planificadora y ética profesional.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Propuesta de logística y transporte para turoperadores que incluya:

- Investigación del mercado del transporte turístico (los medios de transporte que se utilizan para turoperadores)
- Reporte de principales turoperadores
- Planificación de viajes
- Gestión de servicios turísticos
- Administración de ventas
- Estrategias de marketing
-

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Logística de Transporte Turístico

Competencia:

Distinguir los medios de transporte turísticos, a partir de su logística y la percepción de un viaje, con el propósito de planificar un viaje con turoperadores, mostrando actitud responsable y objetividad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1 Logística y transportación turística
- 1.2 Tipos de Transporte Turístico
 - 1.2.1 Transporte Aéreo
 - 1.2.2 Transporte Terrestre
 - 1.2.3 Transporte Marítimo
- 1.3 Percepción de un viaje:
 - 1.3.1 Comodidad
 - 1.3.2 Entretenimiento
- 1.4. Planificación de viaje:
 - 1.4.1 Destinos y rutas
 - 1.4.2 Planeación con operadores de transporte (aéreo, terrestre y marítimo)
 - 1.4.3. Hoteleros, restaurantes y museos

UNIDAD II. Turoperadores Turísticos

Competencia:

Establecer la función de los turoperadores turísticos, por medio del análisis de su definición y características, para gestionar visados y otra documentación requerida para los viajes, así como comercializar viajes combinados, con liderazgo, empatía y creatividad.

Contenido:

Duración: 6 horas

2.1 Definición de turoperadores.

2.1.1 Turoperadores nacionales

2.2 Características.

2.2.1. Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.

2.2.2. Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivados.

2.3 Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

2.4 Viajes combinados

2.4.1. Definición del concepto de viaje combinado

2.4.2. Comercialización de los viajes combinados

2.4.3. Diseño del viaje combinado

UNIDAD III. Venta de logística y transportación

Competencia:

Sintetizar la comercialización de los principales transportes turísticos, a través de definición de logística y ventas, con el propósito de mercantilizar los transportes aéreos, marítimos, terrestres y ferroviario, con innovación, negociación e interés.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 3. Ventas de realizar una logística de viajes
 - 3.1 Fases de la comercialización turística
 - 3.2 Las interrogantes de la comercialización turística: ¿qué, cómo, cuándo y dónde?
 - 3.3 La promoción, la publicidad y las relaciones públicas en la comercialización turística
 - 3.4 Toma de decisiones en el lanzamiento del producto, temporadas, mercados y condiciones del entorno
 - 3.5 Comercialización de los transportes
 - 3.5.1 Aéreo
 - 3.5.2 Terrestre
 - 3.5.3 Ferroviario
 - 3.5.4 Marítimo

UNIDAD IV. Funciones del ciclo administrativo o generales

Competencia:

Desarrollar una planificación de logística, a partir de la organización, control, funciones de gestión con objetivos y valores de un turoperador, con la finalidad de generar enfoques y objetivos empresariales, con actitud emprendedora, competitiva y liderazgo.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1 Planificación de logística
 - 4.1.1 Organizar
 - 4.1.2 Dirigir
 - 4.1.3 Controlar
- 4.2. Funciones de gestión de equipos
 - 4.2.1. Comunicar
 - 4.2.2 Motivar
 - 4.2.3 Liderar equipos humanos
- 4. 3 Objetivos y valores de las empresas
 - 4.3.1 Misión: atributos de valor (ventaja competitiva)
 - 4.3.2 Cómo definir la misión de empresa
 - 4.3.3. Tipos de misión
 - 4.3.4 La visión
 - 4.3.5 Enfoque y objetivos estratégicos empresariales
 - 4.3.6 Tipos y características de objetivos empresariales

UNIDAD V. Comunicación y costos

Competencia:

Desarrollar estrategias de comunicación y costos, a partir de aplicar las herramientas de marketing, para la venta del servicio de transportes turísticos, con capacidad de análisis, síntesis y evaluación.

Contenido:

Duración: 6 horas

5.1 Herramientas de comunicación

5.1.1 Publicidad

5.1.2 Folletos y catálogos turísticos

5.1.3 Redes sociales

5.1.4 Internet

5.2. Estrategias de comunicación

5.2.1 Imagen, identidad y marca

5.2.2 Plan de comunicación

5.3 Fijación de precios para productos o servicios individuales

5.3.1 Fijación de precios para grupos de productos

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Logística y transportación turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor. 2. Investiga los tipos de transportes turísticos 3. Sintetiza la información y elabora una presentación 4. Expone qué tipos de transportes sirven para la transportación 5. Entrega reporte al docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Proyector. 	3 horas
2	Planeación de viajes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza un plan de viaje con algún destino a elegir 2. Selecciona un circuito 3. Crea un circuito, que contenga descripción del viaje, incluyendo toda la logística de este. 4. Elabora una presentación 5. Expone este circuito o plan de viaje 6. Entrega presentación al docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Proyector 	3 horas
UNIDAD II				
3	Turoperadores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor 2. Investiga tipos de turoperadores nacionales 3. Define las funciones de turoperadores nacionales 4. Elabora el reporte del análisis de turoperadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • internet • proyector 	3 horas

		5. Entrega al docente para su revisión.		
4	Visado de viajes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor 2. Investiga tipos de visados se necesita, para realizar viajes al extranjero 3. Redacta los requisitos para sacar un visado en un reporte. 4. Entrega el reporte a docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet 	3 horas
5	Viajes combinados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para analizar los viajes combinados 2. Establece la diferencia entre viajes combinados y servicio de viaje 3. Investiga los viajes combinados 4. Realiza viajes combinados 5. Elabora presentación 6. Expone el viaje combinado 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Proyector 	6 horas
UNIDAD III				
6	Realizar una logística de viajes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor 2. Investiga término de logística de viajes 3. Realiza venta de logística de un viaje 4. Elabora presentación 5. Expone la logística del viaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet • Proyector 	6 horas
7	Interrogantes de la comercialización turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para realizar un análisis de las interrogantes de la comercialización turística 2. Analiza ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo y dónde? de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet 	3 horas

		comercialización turística 3. Realiza un reporte del análisis de la comercialización turística		
8	La promoción, la publicidad y las relaciones públicas en la comercialización turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferencia promoción, publicidad y relaciones públicas 2. Realiza marketing de una logística de viaje y comercializar 3. Expone el marketing y comercialización 4. Presenta al docente para su evaluación 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Proyector 	6 horas
UNIDAD IV				
9	Planificación de logística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor 2. Realiza una planificación de logística y transporte con organización y control 3. Elabora reporte de la planificación de logística 4. Entrega reporte al docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet • Proyector 	3 horas
10	Funciones de gestión de equipos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor p 2. Planifica logística de un viaje y manejo de equipo humano 3. Realiza el manejo de equipos con liderazgo, comunicación y motivación 4. Expone ejemplo de manejo de equipo humano 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Proyector 	3 horas
11	Objetivos y valores de la empresas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Define misión, visión y objetivo de una empresa 2. Realiza la misión, visión y objetivo del transporte para turoperador 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	3 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Analiza tipos y características de objetivos para una empresa de transporte de turoperadores 4. Reporte de objetivos y valores correctos aplicados en empresa de transporte par turoperador 		
UNIDAD V				
12	Herramientas de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica herramientas de publicidad, catálogos turísticos y redes sociales(marketing) 2. Aplica estas herramientas de marketing en una logística de transporte para turoperador 3. Realiza una simulación de venta de logística de turoperador, con estas herramientas. 4. Reporte de la venta con las herramientas de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Proyector 	3 horas
13	Estrategias de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para diseñar las estrategias de comunicación 2. Realiza imagen, identidad y marca de la logística de viaje 3. Identifica un plan de comunicación y relaciones públicas 4. Realiza reporte del plan de comunicación. 5. Entrega al docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	3 horas

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
- Ejercicios prácticos
- Foros
- Retroalimentar
- Evaluar el aprendizaje
- Asesoría en prácticas de taller

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Reportes técnicos
- Cuadros comparativos
- Prácticas de taller

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%
- Prácticas de Taller..... 30%
- Propuesta de logística y transporte para turoperadores.....50%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Fernández-Villarán, A., Rodríguez, A. & Pastor, R. (2019). <i>Distribución Turística</i>. España: Síntesis</p> <p>García, I. (2018). <i>Organización de empresas turísticas</i>. España: Síntesis</p> <p>Mecalux, S.A. (2021). <i>Reglas Básicas para planificar rutas de transporte</i>. Recuperado de https://www.mecalux.es/articulos-de-logistica/reglas-basicas-planificar-rutas-transporte</p> <p>Romero, M. J. (2016). <i>Productos, servicios y destinos turísticos</i>. España: IC Editorial</p> <p>Wallingre, N. (2016). <i>Transporte aéreo: relación con el turismo y los servicios</i>. (2ª ed.). Argentina: Fundación Proturismo.</p>	<p>Aguilera, L. (2017). <i>Procesos de gestión unidades de información y distribución turística</i>. España: IC Editorial</p> <p>Blog Novatrans. (2021). <i>Sabes cómo funciona la logística de viajes dentro de la producción de una empresa</i>. Recuperado de https://www.novatrans.es/blog/2016/06/22/sabes-como-funciona-la-logistica-de-viajes-dentro-de-la-produccion-de-una-empresa/</p> <p>Guerrero, P. E. & Ramos, J. R. (2014). <i>Introducción al turismo</i>. México: Grupo Editorial Patria. [clásica]</p> <p>Muñoz, A. (2007). <i>Logística y turismo</i>. España: Díaz de Santos. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Logística y transporte para turoperadores debe ser Licenciado en Turismo, ó carreras a fin, de preferencia con experiencia en docencia y maestría en gestión de empresas turísticas, como mínimo 2 años en empresas de servicios turísticos, organizadores de eventos, grupos y convenciones, enfocado al logro profesional en las organizaciones turísticas. Debe ser proactivo, responsable, creativo y fomentar el liderazgo y trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Formulación de Proyectos de Inversión Turísticos
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Omar Leonardo Valladares Icedo
Gloria Quintana García
Ramón Vega Buelna

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Formulación de Proyectos de Inversión Turísticos tiene la finalidad de dotar al estudiante con las herramientas para formular y evaluar proyectos de inversión en el ramo turístico, mediante estudios de viabilidad, técnica, de mercado, financiera y sustentable que apoye el desarrollo económico de la región.

Esta asignatura se imparte en la etapa terminal con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento de Finanzas.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Formular y evaluar proyectos de inversión, por medio del análisis e interpretación de necesidades sociales, financieras y técnicas, con la finalidad de identificar las opciones más viables en las empresas del ramo turístico, bajo una visión emprendedora, honesta y de sustentabilidad de la región.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora y presenta un proyecto de inversión turística con los siguientes elementos: estudio de mercado, estudio técnico y evaluación económica.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos de la evaluación de proyectos de inversión

Competencia:

Analizar el marco de referencia de los proyectos de inversión, mediante la revisión conceptual, antecedentes, clasificación, etapas y características, para reconocer su impacto en el desarrollo de las empresas del ramo turístico, con pensamiento crítico y asertividad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1 Antecedentes de los proyectos de inversión turística.
- 1.2 Clasificación de proyectos de inversión turística.
- 1.3 Etapas de desarrollo de un proyecto de inversión turística.
- 1.4 Programas, planes y ordenamientos que se deben cumplir en proyectos de inversión turística.
- 1.5 Contenido de un proyecto de inversión turística.
- 1.6 Criterios técnicos iniciales para formular proyectos

UNIDAD II. Elementos de viabilidad técnica

Competencia:

Analizar la viabilidad técnica del proyecto de inversión turística, a través de las características, descripción y ventajas competitivas, para delimitar el alcance del proyecto, con actitud analítica, respeto al medio ambiente y honestidad.

Contenido:

Duración: 6 horas

2.1 Características del proyecto

2.1.1 Contexto y Antecedentes

2.1.2 Planteamiento y Objetivos del proyecto

2.1.3 Justificación del proyecto (estadísticas, porcentajes)

2.2 Descripción de la empresa

2.3 Descripción breve de producción o servicio

2.4 Ventajas competitivas

2.4.1 Análisis de la industria o sector

2.4.2 Servicios de la empresa

2.4.3 Impacto tecnológico, económico y ambiental

2.5 Producción y Organización

2.5.1 Diagrama de flujo del proceso, Capacidad instalada, Diseño y distribución de la planta y oficinas, Mano de obra requerida

2.5.2 Estructura organizacional, Funciones específicas por puesto, Captación del personal, Desarrollo del personal, Administración de sueldos y salarios, Evaluación del desempeño

UNIDAD III. Elementos de viabilidad de mercado

Competencia:

Analizar el mercado turístico, mediante la identificación de la demanda de productos y servicios, para establecer las estrategias de mercadotecnia, con actitud analítica, objetiva y honestidad.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1 Estudio de mercado, revisar fuentes secundarias.
- 3.2 Justificación de las estrategias de mercadotecnia a elegir. Competencia (directa e indirecta).
- 3.3 Promoción del producto o servicio.
- 3.4 Determinación del precio.
- 3.5 Plan de introducción al mercado.
- 3.6 Riesgos y oportunidades del mercado
- 3.7 Distribución y puntos de venta.

UNIDAD IV. Elementos de viabilidad financiera

Competencia:

Determinar la viabilidad financiera de proyectos de inversión, por medio de herramientas y métodos financieros, para evidenciar la rentabilidad del proyecto, con objetividad, pensamiento crítico y honestidad

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1 Presupuestación.
- 4.2 Estados financieros proyectados: Estado de Resultados, Flujo de Efectivo y Estado de Situación Financiera.
- 4.3 Variables que impactan en las proyecciones financieras.
- 4.4 Sistemas de financiamiento.
- 4.5 Índices de rentabilidad (IR, TIR)
- 4.6 Beneficio para la empresa turística. Métodos de evaluación financiera (VPN, Punto de equilibrio).
- 4.7 Identificación, análisis, evaluación y tratamiento de riesgos potenciales.

UNIDAD V. Presentación de los proyectos de inversión turística

Competencia:

Presentar proyectos de inversión turística, con el apoyo de materiales audiovisuales y herramientas digitales, para comunicar de manera efectiva una idea de negocio, con creatividad, originalidad y profesionalismo.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 5.1 Elementos que incluye un proyecto de inversión
- 5.2 Integración de la propuesta.
- 5.3 Presentación del proyecto.
 - 5.3.1 Resumen ejecutivo

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Diseño del proyecto y requerimientos técnicos	<p>Nota: todas las prácticas se desarrollan en equipo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar el diseño del proyecto y requerimientos técnicos. 2. Se reúne en equipos. 3. Diagnostica las capacidades para el desarrollo de proyectos de una empresa turística. 4. Determina las necesidades mínimas del desarrollo del proyecto. 5. Evaluar el impacto en el entorno. 6. Analiza los resultados del diagnóstico y determina su viabilidad. 7. Elabora un informe del análisis. 8. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 9. Realiza correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apuntes de clase. • Calculadora, • Computadora. • Sistemas de información (Excel). • Bibliografía de formulación y evaluación de proyectos 	12 horas
UNIDAD III				
2	Elaborar el estudio de mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar el estudio de mercado y requerimientos técnicos. 2. Diagnostica las necesidades del mercado turístico. 3. Determina la mezcla de mercadotecnia 	<ul style="list-style-type: none"> • Apuntes de clase. • Calculadora, • Computadora. • Sistemas de información (Excel). • Bibliografía de formulación y evaluación de proyectos 	16 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Analiza los resultados del estudio y determina su viabilidad. 5. Elabora un informe del análisis. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 		
UNIDAD IV				
3	Elaborar viabilidad financiera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar la viabilidad financiera. 2. Diagnostica las necesidades financieras del proyecto. 3. Determina la rentabilidad del proyecto. 4. Analiza los resultados del estudio y determina su viabilidad. 5. Elabora un informe del análisis. 6. Entrega a docente para revisión y retroalimentación. 7. Realiza correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apuntes de clase. • Calculadora, • Computadora. • Sistemas de información (Excel). • Bibliografía de formulación y evaluación de proyectos 	16 horas
UNIDAD V				
4	Presentación del proyecto de inversión turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar la presentación final del proyecto. 2. Determina el medio para presentar. 3. Elabora presentación con el apoyo de herramientas audiovisuales. 4. Presenta ante el grupo y docente. 5. Entrega reporte escrito a docente para revisión y 	<ul style="list-style-type: none"> • Apuntes de clase. • Computadora. • Herramientas audiovisuales • Bibliografía de formulación y evaluación de proyectos 	4 horas

		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):

- Presenta información sobre los conceptos básicos de formulación y evaluación de proyectos
- Proporciona información para las prácticas de taller
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Diseña y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma

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

- Prácticas de taller 70%
- Proyecto de inversión turística 10%
- Presentación del proyecto20%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Brigham, E. F. y Houston, J. H. (2020). <i>Fundamentos de administración financiera</i>. (15ª ed.). México: Cengage.</p> <p>Gutiérrez J. & Gutiérrez D. (2018). <i>Planeación financiera y gestión de valor</i>, Colombia: Ecoe.</p>	<p>Baca, G. (2001). <i>Evaluación de proyectos</i>. (4ª ed.) México: McGraw Hill. https://econforesyproyec.files.wordpress.com/2014/11/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf [clásica].</p> <p>Coss, B. (2008). <i>Análisis y evaluación de proyectos de inversión</i>. (2ª ed.). México: Limusa. [clásica].</p> <p>Morales, D. (1994). <i>Financiamiento Turístico (Fuentes Internas y Externas)</i>, México: Editorial Trillas [clásica].</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El profesor que imparta esta asignatura debe poseer un título de Licenciatura en Turismo, Administración, Finanzas, Mercadotecnia o Áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado, experiencia laboral mínima de 2 años en el área del conocimiento, preferentemente con experiencia docente, conocimientos del idioma inglés, proactivo, facilidad de palabra, dominio de herramientas digitales.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Diagnóstico y Consultoría en Hospitalidad
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Elda Areli Luque
Juan Arturo Cedillo Marín
Elizabeth Pérez Morales

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es brindar herramientas de diagnóstico y consultoría que permitan al estudiante para solucionar problemas y detectar oportunidades en el campo laboral de manera independiente. Se imparte en la etapa terminal con carácter optativo, no precisa requisitos previos para cursarla y pertenece al área de conocimiento Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Elaborar un plan de mejora dirigido a una organización turística en hospitalidad, a través del diagnóstico y análisis de su situación actual, aplicando diferentes herramientas de análisis de entornos e interpretando datos relevantes, para solucionar problemas y detectar oportunidades, con innovación, integridad y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Plan de mejora enfocado a una organización turística en hospitalidad, a partir de un diagnóstico que contenga objetivos específicos, estrategias, tácticas, implementación, supervisión, evaluación y presupuesto.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La consultoría como actividad profesional

Competencia:

Distinguir los componentes de la consultoría, a través del estudio de los elementos que lo integran, para comprender el panorama general de la consultoría como una herramienta adicional para del desarrollo profesional, con actitud reflexiva.

Contenido:

Duración: 5 horas

- 1.1. Conceptualización de consultoría.
 - 1.1.1. Características de los consultores.
 - 1.1.2. Perfil del consultor profesional.
- 1.2. Función de los consultores.
- 1.3. Tipos de consultoría.
- 1.4. Mercado profesional y cotización de servicios.
 - 1.4.1. El reto de la comercialización de los servicios de consultoría.
 - 1.4.2. Beneficios y aportes
 - 1.4.3. Definición del proyecto.

UNIDAD II. La consultoría administrativa y operativa en la hospitalidad

Competencia:

Examinar las características de las diferentes organizaciones turísticas de la hospitalidad, aplicando las herramientas de análisis, para proporcionar posibles soluciones a sus necesidades, con tolerancia, respeto y asertividad.

Contenido:

Duración: 9 horas

2.1 Herramientas para el análisis de las organizaciones en la hospitalidad.

- 2.1.1. Fundamentos de las Cinco fuerzas de Porter.
- 2.1.2. Fundamentos del Análisis FODA.
- 2.1.3. Fundamentos de Calidad Total.
- 2.1.4. Fundamentos del Diagnóstico Administrativo.
 - 2.1.4.1. Key Performance Indicator (KPI).
 - 2.1.4.2. Administración (estructura organizacional).
 - 2.1.4.3. Operaciones (manual de procedimientos).
 - 2.1.4.4. Mercadotecnia.
 - 2.1.4.5. Recursos Humanos.
 - 2.1.4.6. Otras áreas.

2.2. Características de la consultoría por sectores.

- 2.2.1. Destinos turísticos
- 2.2.2. Hoteles
- 2.2.3. Restaurantes
- 2.2.4. Agencias de viajes
- 2.2.5. Transportes turísticos
- 2.2.6. Oficinas del sector.
- 2.2.7. Otros.

UNIDAD III. Elaboración de diagnóstico y plan de mejora

Competencia:

Examinar la información obtenida, a través de la aplicación de diferentes técnicas, para elaborar el diagnóstico con la visión detectar áreas de oportunidad que permitan a las organizaciones lograr sus objetivos, con objetividad, imparcialidad y empatía.

Contenido:

Duración: 9 horas

- 3.1. Diagnóstico para detectar áreas de oportunidad.
 - 3.1.1. Entrevista con el cliente para obtener información de la empresa.
 - 3.1.2. Visita de campo para recabar información visual.
 - 3.1.3. Herramientas para obtener información
 - 3.1.3.1. Encuestas, entrevistas y *check list*.
 - 3.1.3.2. Al cliente interno.
 - 3.1.3.3. Al cliente externo.
 - 3.1.3.4. Aplicación de herramientas: Administrativas, calidad total y desempeño.
 - 3.1.3.5. Selección de KPIs aplicable al tipo de empresa.
 - 3.1.4. Conclusión y selección de alternativas de solución.
 - 3.1.5. Formulación de la agenda de trabajo y cronograma de actividad.
 - 3.1.5.1. Diagrama de Gantt.
 - 3.1.5.2. Otros.
- 3.2. Presentación del diagnóstico.
- 3.3. Elaboración del plan de mejora.

UNIDAD IV. Ejecución del plan de mejora

Competencia:

Elaborar la propuesta de la consultoría, aplicando la metodología básica que se requiere, para presentar y ejecutar un plan de mejora, con integridad, congruencia e innovación.

Contenido:

Duración: 9 horas

- 4.1. Metodología para la ejecución del plan de mejora.
 - 4.1.1. Planificación de acciones para el proceso de implementación.
 - 4.1.1.1. Presupuestos.
 - 4.1.1.2. Gestión de recursos.
 - 4.1.1.3. Ejecución del cronograma de actividades.
 - 4.1.1.4. Monitoreo y control.
 - 4.1.1.5. Correcciones.
- 4.2. Documento entregable.
 - 4.2.1. Revisión por cliente y consultor.
 - 4.2.2. Informe final.
 - 4.2.3. Fin de la consultoría.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Herramientas para elaborar cronograma de actividades: 5 Fuerzas de Porter	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la aplicación de las 5 fuerzas de Porter. 2. Elige una organización enfocada: al sector turístico en hospedaje, restaurantes, agencias de viaje, destinos turísticos, transportación y organismos del sector (no repetir sectores). 3. Analiza el sector del organismo que eligió e inicia con el análisis del sector, según las 5 Fuerzas de Porter. 4. Prepara un reporte ejecutivo y construye material de apoyo para presentación al grupo. 5. Entrega al docente para su evaluación y recibe retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio de visita a empresa. • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Entrevistas de expertos • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	3 horas
2	Herramientas para elaborar cronograma de actividades: Análisis FODA.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para aplicar el análisis FODA. 2. Realiza el análisis FODA a la organización elegida. 3. Prepara un reporte ejecutivo y construye material de apoyo para presentación al grupo 4. Entrega al docente para su evaluación y recibe retroalimentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	3 horas
3	Herramientas para elaborar	1. Atiende las orientaciones del	• Oficio de visita a empresa.	3 horas

	<p>cronograma de actividades: Desarrollo de un diagnóstico administrativo.</p>	<p>profesor para elaborar el diagnóstico administrativo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Elabora un checklist con las actividades a realizar en la entrevista. 3. Se presenta con el funcionario principal de la compañía o del área asignada. 4. Inicia el diagnóstico considerando su checklist. 5. Prepara un reporte ejecutivo y construye material de apoyo para presentación al grupo. 6. Entrega al docente para su evaluación y recibe retroalimentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	
4	<p>Características de la consultoría por sectores.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar un reporte de las características de los sectores. 2. Elabora un reporte de las características operativas y administrativas del sector en cuestión. 3. Prepara un reporte ejecutivo y construye material de apoyo para presentación al grupo. 4. Entrega al docente para su evaluación y recibe retroalimentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	3 horas
UNIDAD III				

5	Entrevista y documentación para diagnóstico. Elaboración de cuestionario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar los instrumentos a aplicar durante la entrevista. 2. Se integra en equipo. 3. Elaboran los instrumentos vistos en clase para recolección de datos. 4. Establecen procedimiento de recolección y análisis de datos 5. Preparan reporte. 6. Entregan al docente para su evaluación y reciben retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	3 horas
6	Aplicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la aplicación de los instrumentos para la recolección de información. 2. Se integra en equipo. 3. Solicitan la visita a la empresa siguiendo los protocolos de la Facultad. 4. Aplican los instrumentos. 5. Preparan reporte. 6. Entregan al docente para su evaluación y reciben retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio de visita a empresa. • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Entrevistas de expertos • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	3 horas
7	Elaboración del diagnóstico según metodología. Reportes por áreas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar reportes por áreas de la empresa. 2. Continúa el trabajo en equipo. 3. Documenta la información recabada de las prácticas anteriores. 4. Analiza la información. 5. Elabora reportes por áreas. 6. Entrega al docente para su 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	3 horas

		evaluación y recibe retroalimentación.		
8	Aplicación de herramientas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor aplicando las herramientas para proponer alternativas de solución. 2. Continúa el trabajo en equipo. 3. Identifica información y herramientas para proponer soluciones. 4. Prepara reporte. 5. Entrega al docente para su evaluación y recibe retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	3 horas
9	Formulación de la agenda de trabajo y cronograma de actividad. Diagrama de Gantt.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para desarrollar la agenda de trabajo. 2. Continúa el trabajo en equipo. 3. Elabora cronograma de actividades – Diagrama de Gantt. 4. Utiliza herramientas digitales que contenga dicho diagrama. 5. Prepara reporte. 6. Entrega al docente para su evaluación y recibe retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	6 horas
10	Elaboración de reporte de alcances y limitaciones del contratante vs. consultor para implementación de propuesta.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor. 2. Continúa el trabajo en equipo. 3. Elabora el documento para presentar el plan con sus alcances y limitaciones para implementar propuesta. 4. Entrega al docente para su evaluación y recibe 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	4 horas

		retroalimentación.		
11	Cotización de servicios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para definir criterios para la cotización de servicios. 2. Elabora el documento especificando actividades y montos correspondientes. 3. Entrega al docente para su evaluación y recibe retroalimentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	4 horas
UNIDAD IV				
12	Definición de actividades del plan de mejora (cómo hacer las cosas)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar plan de mejora según metodología. 2. Continúa el trabajo en equipo. 3. Analiza actividades. 4. Ejecuta plan de mejora basado en cronograma de actividades. 5. Entrega al docente para su evaluación y recibe retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	6 horas
13	Entrega de documento final (entregable) y presentación audiovisual ante el cliente.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para documentar el contenido final (entregable) y presentación audiovisual. 2. Continúa el trabajo en equipo. 3. Elabora presentación en Power Point u otra herramienta digital. 4. Elabora entregable versión ejecutiva. 5. Entrega al docente para su evaluación y recibe retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Material audiovisual • Internet • Fuentes de información electrónica • Recursos audiovisuales • Plataformas educativas como Blackboard. 	4 horas

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
- Ejercicios prácticos

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos
- Talleres

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%
- Exposición	10%
- Participación.....	10%
- Talleres.....	30%
- Proyecto final plan de mejora.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Biech, E. (2019). <i>The New Business of Consulting: The Basics and Beyond</i>. Wiley & Sons Inc.</p> <p>Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales. (2012). <i>EC0249. Proporcionar servicios de consultoría general</i>. https://www.utt.edu.mx/Conocer/EC0249.pdf</p> <p>Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales. (2013). <i>EC0359. Proporcionar servicios de consultoría a PyME's</i>. https://conocer.gob.mx/RENEC/fichaEstandar.do?method=obtenerPDFEstandar&idEstandar=1622</p> <p>Medina, L. A. (2018). <i>Negocios familiares en México: Guía para empresarios, introducción para consultores</i>. Miguel Ángel Porrúa librero-editor.</p> <p>Motles, S., Buttler, I.K. & Tracy, S., (2020). <i>Quiero ser consultor: Metodología Odyssey para crear, administrar, hacer crecer y transformar su negocio de consultoría</i>. JC Editor.</p> <p>Ramírez, S. & Hurtado, M. C. (2018). <i>Consultoría empresarial: Retos, reflexiones y aprendizajes</i>. Ediciones de la U.</p> <p>Schein, E. (s.f.). <i>Técnicas de consultoría de empresas</i>. https://fdocuments.mx/document/modulo-4-tecnicas-de-consultoria-de-consultoria-de-procesos-e-schein-la.html</p> <p>Weiss, A. (2019). <i>Getting started in consulting</i>. Wiley & Sons.</p> <p>Wickham, L. & Wilcock, J. (2016). <i>Management Consulting. Delivering an Effective Project</i> (5th ed.). Pearson.</p>	<p>Cámara Nacional de Empresas de Consultoría (s.f.). <i>Estadística sobre las especialidades más comunes entre la consultoría en México</i>. https://www.cneec.org.mx/</p> <p>Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales. (2016). <i>EC0687. Prestación de servicios de consultoría del Sistema</i>. https://conocer.gob.mx/contenido/publicaciones_dof/EC0687.pdf</p> <p>Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales. (2017). <i>EC0946. Prestación de servicios integrales de consultoría</i>. https://www.conocer.gob.mx/contenido/publicaciones_dof/2017/EC0946.pdf</p> <p>Consulting Magazine (s.f.). <i>Top 25 consultants</i>. https://www.consultingmag.com/rankings/top-25-consultants/</p> <p>Flores, O. E. & Sánchez, B. (s.f). <i>La Consultoría como un proceso de intervención sistémica</i>. http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/11_22_consultoria.pdf</p> <p>GERENS Consultoría (2017). <i>Ocho características de los grandes consultores organizacionales</i>. https://gerens.pe/blog/caracteristicas-consultores-organizacionales/</p> <p>Secretaría de Turismo. (s.f.). <i>Sistema Nacional de Certificación Turística</i>. http://www.sectur.gob.mx/gobmx/wp-content/uploads/2018/03/Manual-de-operacio%CC%81n-de-organismos-dictaminadores.pdf</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Diagnóstico y Consultoría en Hospitalidad debe contar con título de Licenciado en Turismo, Gestión Turística, Administración de Empresas, Mercadotecnia o área afín, con experiencia de tres años en la industria turística y consultoría comprobable, preferentemente con posgrado afín y experiencia docente. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Diseño de Menú para Bares y Restaurantes
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 03 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 07**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Alejandro Zazueta Valenzuela
Freddy Sánchez Dávila
Juan Arturo Cedillo Marín
Alberto Domingo Núñez Ramírez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Diseño de Menú para Bares y Restaurantes tiene la finalidad que el alumno comprenda la congruencia que debe generarse al integrar un menú con diversos cocktails y platillos con el servicio al cliente para fortalecer la oferta gastronómica de un establecimiento de alimentos y bebidas. Generando una herramienta de venta que le permita al alumno desarrollar diversas técnicas de preparación y mejorar su cultura gastronómica con profesionalismo, responsabilidad y creatividad. Esta asignatura forma parte de la etapa terminal y es de carácter optativa y corresponde al área de conocimiento: Gestión Turística. Y se recomienda haber cursado la asignatura Operación y Servicio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar el menú de alimentos y bebidas con apego a la especialidad culinaria de la empresa para crear una experiencia al cliente, incrementar la oferta gastronómica e incentivar las ventas del establecimiento con creatividad, pensamiento analítico y visión holística.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elaboración y diseño de un menú considerando el tipo de establecimiento de alimentos y bebidas, que deberá incluir:

1. Análisis del tipo de restaurante.
2. Descripción y utilidad del tipo de menú seleccionado..
3. Comparación de la propuesta de menú con sus principales competidores.
4. Fotografía de los procedimientos, técnicas y resultados de los taller.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Fundamentos en el diseño de menú

Competencia:

Comprender los fundamentos en el diseño de menú a través del análisis de sus características, clasificación y organización para determinar el menú adecuado por tipo de establecimiento de alimentos y bebidas con pensamiento holístico, analítico e integridad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Diferencia entre menú y carta.
- 1.2. Tipología y uso de menú/carta.
- 1.3. Ordenamiento y estructura.
- 1.4. Características del diseño del menú/carta.
- 1.5. Menús éxitos en el mundo gastronómico

UNIDAD II. Tipo de menú según establecimiento o acontecimiento

Competencia:

Diferenciar el diseño, técnicas e insumos que integran un menú según el establecimiento o acontecimiento mediante el diagnóstico de sus diversos elementos para el uso efectivo del concepto, mobiliario, equipo y utensilios de la empresa con compromiso, disciplina y profesionalismo.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. Descripción del tipo de menú según establecimiento.
 - 2.1.1. Gourmet.
 - 2.1.2. Cafetería.
 - 2.1.3. Especialidad
 - 2.1.4. Otros establecimientos.
- 2.2. Descripción del tipo de menú según acontecimiento.
 - 2.2.1. Menú del día
 - 2.2.2. Menú de días festivos.
 - 2.2.3. Ocasiones especiales.
 - 2.2.4. Por temporada.
 - 2.2.5. Otros acontecimientos.

UNIDAD III. Conceptos e integración de una experiencia gastronómica

Competencia:

Descubrir las oportunidades en la oferta gastronómica por medio del análisis de sus principales competidores directos para desarrollar e integrar un concepto de menú competitivo y atractivo de acuerdo a las necesidades de su cliente con creatividad, responsabilidad y perseverancia.

Contenido:**Duración:** 6 horas

- 3.1. Analizar el concepto del establecimiento de alimentos y bebidas.
- 3.2. Desarrolla el concepto gastronómico.
 - 3.2.1. Platos.
 - 3.2.2. Cocktail.
- 3.3. Redacción del menú/carta.
- 3.4. Establecimiento de precios.

UNIDAD IV. Estructura y montaje de platillo

Competencia:

Distinguir los elementos que conforman la estructura y montaje de platillos mediante la colocación táctica de las guarniciones, acompañamiento y proteína para brindar al cliente un producto ordenado y presentable con inventiva, honestidad y pasión.

Contenido:

- 4.1. Estructura en montaje del platillo.
- 4.2. Tipos de montaje del platillo
- 4.3. Guarniciones y acompañamientos
- 4.4. Imagen y decoración del platillo.
- 4.5. Fotografía gastronómica.

Duración: 6 horas

UNIDAD V. Estructura y montaje de cocktails

Competencia:

Distinguir la elaboración clásica y en tendencia de cocktails mediante el uso de diversas técnicas de preparación e insumos para brindar al cliente un producto ordenado y presentable con inventiva, honestidad y pasión.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. Técnicas de preparación de cocktails.
 - 5.1.1. Clásicas
 - 5.1.2. Tendencias.
- 5.3. Elaboración creativa de garnituras.
- 5.4. Imagen y decoración del cocktail.
- 5.5. Fotografía gastronómica.

UNIDAD VI. Toma de decisiones basadas en el menú

Competencia:

Diseñar una fusión de sabores y texturas entre platillos y bebidas; mediante la aplicación de armonía y maridaje del menú para brindar al cliente una experiencia gastronómica completa con creatividad y visión holística.

Contenido:

- 6.1. Armonía del menú.
- 6.2. Maridaje del menú.
- 6.3. Ingeniería de menú.

Duración: 6 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Tipo de menú según establecimiento.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Atiende los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Selecciona menú según tipo de establecimiento. 4. Elabora el mise place de la especialidad seleccionada. 5. Realiza la preparación y sigue la receta estándar. 6. Evaluación del producto final. 7. Integra resultados a portafolio de evidencias. 8. Limpia el área de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario. 	7 horas
2	Tipo de menú según acontecimiento.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Atiende los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Selecciona menú según acontecimiento. 4. Elabora el mise place de la especialidad seleccionada. 5. Realiza la preparación y sigue la receta estándar. 6. Evaluación del producto final 7. Integra resultados a portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario 	7 horas

		8. Limpia el área de trabajo.		
3	Tipo de menú según otras ocasiones especiales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Atiende los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Selecciona menú según acontecimiento. 4. Elabora el mise place de la especialidad seleccionada. 5. Realiza la preparación y sigue la receta estándar. 6. Evaluación del producto final. 7. Integrar resultados a portafolio de evidencias. 8. Limpia el área de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Equipo de higiene. • Mandil y zapato antiderrapante. • Recetario 	7 horas
UNIDAD III				
4	Redacción del menú/carta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. 2. Atiende los procedimientos en el reglamento del taller. 3. Selecciona menú según su elección gastronómica. 4. Realiza redacción de los elementos que integran el menú. 5. Evaluación del producto final. 6. Integra resultados a portafolio de evidencias. 7. Limpia el área de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	6 horas
UNIDAD IV				
5	Concurso de comida no comestible	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios de cocina. • Equipo mayor de cocina. 	6 horas

		<p>práctica.</p> <ol style="list-style-type: none"> Realiza los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. Selecciona un platillo de especialidad culinaria: salada o dulce (caliente o fría). Recrea el platillo seleccionado con creatividad en uso de insumos y materiales no comestibles. Evaluación del producto final Integra resultados a portafolio de evidencias. Limpia el área de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> Insumos y materiales no comestibles. Botiquín de primeros auxilios. Equipo de higiene. Mandil y zapato antiderrapante. Recetario 	
6	Imagen y decoración del platillo	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las orientaciones del profesor para realizar la práctica. Realiza los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. Selecciona un platillo de especialidad culinaria: salada o dulce (caliente o fría). Elabora el mise place de la especialidad seleccionada. Realiza la preparación y sigue la receta estándar. Evaluación del producto final Integra resultados a portafolio de evidencias. Limpia el área de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> Utensilios de cocina. Equipo mayor de cocina. Insumos. Botiquín de primeros auxilios. Equipo de higiene. Mandil y zapato antiderrapante. Recetario 	8 horas
UNIDAD V				
7	Elaboración de Cocktail	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las orientaciones del profesor para realizar la 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo y utensilios de bar. Mobiliario de bar. 	7 horas

		<p>práctica.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Desarrolla los procedimientos de seguridad e higiene establecidos en el reglamento del taller. 3. Selecciona las recetas y técnica por tipo de cocktail. 4. Prepara el cocktail. 5. Evalúa resultados obtenidos. 6. Integra resultados a portafolio de evidencias. 7. Limpia el área de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Insumos. • Botiquín de primeros auxilios. • Uniforme de servicio y zapato antiderrapante. • Técnicas de mezclado. • Recetario. 	
--	--	---	--	--

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):

- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos
- Desarrollo de talleres

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Solución de problemas
- Trabajo en equipo
- Talleres
- Exposiciones
- Informes técnicos
- Organizadores gráficos
- 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

- Examen parcial teórico.....	15%
- Examen parcial práctico.....	15%
- Talleres	20%
- Tareas, actividades y exposiciones.....	10%
- Elaboración y diseño de un menú.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Andrew, S (2016). <i>Food and Beverage Service a trainig manual</i>. (3th ed.). United States: McGrawHill.</p> <p>Blokdyk, G. (2018). <i>Menu Engineering: Standard Requirements</i>. United States: CreateSpace Independent Publishing Platform.</p> <p>Cuevas, F. (2004). <i>Control de costos y gastos en los restaurantes</i>. México: Editorial Limusa [clásica]</p> <p>Díaz, M. (2016). <i>Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio</i>. España: Tutor Formación.</p> <p>Gómez, E. (2002). <i>Higiene en alimentos y bebidas</i>. México:Trillas. [clásica]</p> <p>Marnina, A. A., Mun, K.C., Ahmad, K.S.N, Mohd, H.S y Kamaruddin, A. (2019). <i>Fundamentals of Food and Beverage Operations</i>. United States: OXFORD.</p> <p>Weekes, S. y Cousins, J. (2019). <i>Food and Beverage Service</i> (10th ed). United States: Hooder education.</p>	<p>Feijoo, J. L., García, M. L. y Degrossi, M. C. (2009). <i>Alimentos y Bebidas: Su Gerenciamiento en Hoteles y Restaurantes</i>. Estados Unidos: Lectorum. [clásica]</p> <p>Food & beverage magazine. (2020). <i>Food & beverage magazine</i>. United States. https://www.fb101.com/category/restaurants/</p> <p>Flores, G., González, M., y Covadonga, M. (2016). <i>Iniciación en las técnicas culinarias</i> (2ª ed.). México: Limusa.</p> <p>Pulido, D. G. (2015). <i>Inglés profesional para turismo: Uso en la comercialización, información y atención profesional</i>. España: Ideaspropias [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Diseño de Menú para Bares y Restaurantes debe contar título de Licenciatura en Turismo, Gestión Turística, Gastronomía o afín, preferentemente con posgrado con este énfasis, con cuatro años de experiencia en: puestos de mandos medio-alto o gerencia, en establecimientos de alimentos y bebidas asesoramiento en diseño y rediseño de menú/carta, costeo de recetas. Ser proactivo, responsable y comprometido con el aprendizaje significativo de los estudiantes.

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Gestión de la Animación Turística
- 5. Clave:**
- 6. HC:** 02 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 01 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 07
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Ario Refugio Estrada Gaxiola
Teresita de Jesús Patrón Gutiérrez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martín Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda el conjunto de operaciones y herramientas de animación turística, lo que permite identificar y aplicar la animación turística según el tipo, características del programa y acorde a la dinámica de cada grupo.

Se imparte en la etapa terminal con carácter optativa y pertenece al área de conocimiento de Gestión Turística

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Determinar la gestión de la animación turística acorde al tipo de cada evento, considerando sus características y el tipo de público, para ofrecer un servicio profesional de alta calidad en la programación de las actividades de animación, con respeto, honestidad y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora, implementa y entrega programa de animación turística, debe incluir las características y el tipo de público de acuerdo al evento.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Definición y tipos de animación turística

Competencia:

Analizar los conceptos de animación turística, mediante la revisión de sus características y tipo de público, para distinguir su uso en un programa, con actitud crítica y de respeto.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Análisis conceptual de la de animación turística
- 1.2. Tipos de animación turística (Diurna y Nocturna)
 - 1.2.1. Animación para adultos
 - 1.2.2. Animación para mayores
 - 1.2.3. Animación para adolescentes
 - 1.2.4. Animación para niños

UNIDAD II. Definición y tipos recreación

Competencia:

Distinguir las actividades de recreación, mediante el análisis de sus tipos y características, para diferenciar su uso en un programa, con actitud asertiva y creativa.

Contenido:

Duración: 8 horas

2.1. Tipos de recreación

- 2.1.1. Recreativa Activa
- 2.1.2. Recreación al Aire Libre
- 2.1.3. Recreación Artística
- 2.1.4. Recreación Comunitaria
- 2.1.5. Recreación Deportiva
- 2.1.6. Recreación Lúdica
- 2.1.7. Recreación Pasiva
- 2.1.8. Recreación Terapéutica
- 2.1.9. Recreación Turística

2.2. Tipos de actividades recreativas

- 2.2.1. Deportivas
- 2.2.2. Al aire libre
- 2.2.3. Actividades de creación artística y manual
- 2.2.4. Actividades culturales participativas (de la cultura artística y de la cultura física)
- 2.2.5. Asistencia a espectáculos
- 2.2.6. Visitas
- 2.2.7. Actividades de relajación

UNIDAD III. El animador turístico y la dinamización grupal

Competencia:

Distinguir el rol del animador turístico y la dinamización grupal, mediante la relación de sus características, procesos y fenómenos, para conocer el adecuado desempeño del animador y su función en la dinámica de grupos, con actitud colaborativa, liderazgo y respeto.

Contenido:

Duración: 8 horas

3.1. Quién es el animador turístico

3.1.1. Su misión ante el cliente y ante la empresa, con su estructura organizativa típica

3.1.2. La figura del animador turístico desde una doble perspectiva: la personal y la profesional

3.2. Dinamización grupal

3.2.1. Conceptos teóricos relacionados con el grupo, su formación y estructura

3.2.2. Conceptos de cooperación, participación, dinámica y técnica de grupo

3.2.3. Técnicas para mejorar el trabajo en equipo y desarrollar reuniones eficaces

3.2.4. Proceso de evaluación: los procesos grupales y la propia competencia social

UNIDAD IV. Programa de animación

Competencia:

Aplicar los tipos y actividades de programa de animación turística, acorde a sus necesidades de logística, operación y ejecución, para poder determinar los recursos humanos, materiales y económicos, con creatividad, innovación y emprendimiento.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 4.1. Definición de programa de animación
- 4.2. Características de un programa de animación
- 4.3. Tipos de programas de animación
 - 4.3.1. Por contenido
 - 4.3.1.1. Cultural
 - 4.3.1.2. Lúdico
 - 4.3.1.3. Deportivo
 - 4.3.2. Según la empresa
 - 4.3.2.1. Hotel
 - 4.3.2.2. Camping
 - 4.3.2.3. Balneario
 - 4.3.2.4. Crucero
 - 4.3.2.5. Resort
 - 4.3.3. Localización
 - 3.3.3.1. Costa
 - 3.3.3.2. Montaña
 - 3.3.3.3. Ciudad
 - 3.3.3.4. Rural
 - 4.3.4. Destinatarios
 - 4.4.4.1. Infantil
 - 4.4.4.2. Juniors
 - 4.4.4.3. Adultos
 - 4.4.4.5. Tercera edad
 - 4.3.5. Capacidad
 - 4.3.5.1. Simple
 - 4.3.5.2. Paralelo

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Tipos de animación turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para examinar los conceptos y tipos de animación turística. 2. Cataloga los diferentes tipos de animación turística y sus características. 3. Ilustra con apoyo de un medio audiovisual los diferentes tipos de animación turística, ejemplificando cada uno de ellos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	4 horas
UNIDAD II				
2	Tipos de recreación y actividades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para examinar los tipos de recreación y actividades. 2. Analiza los diferentes tipos de recreación y actividades. 3. Relaciona cada tipo de recreación con actividades acorde a sus características. 4. Ejemplifica físicamente con actividades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Juegos de mesa: Domino. Dama. Parchís. Ajedrez. ... • Juegos de salón: Billar recreativo. Bolos. Tenis de mesa. ... • Juegos tradicionales: Bolas. Trompo. Zancos. ... • Videojuegos: Todos los videojuegos individuales o colectivos. • Juegos de ordenador • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	4 horas

UNIDAD III				
6	Características del animador turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para examinar las características de un animador y los tipos de técnicas de dinámicas de grupo. 2. Establece las características principales que debe reunir un animador. 3. Compila los tipos de técnicas para la dinámica de grupos. 4. Ejemplifica en el aula una técnica grupal, elaborando un documento previo con la información siguiente: <ol style="list-style-type: none"> a) Nombre de la técnica b) Número de participantes c) Objetivo d) Materiales e) Desarrollo f) Resultados esperados g) Bibliografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Materiales según la técnica • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	8 horas
UNIDAD IV				
9	Programa de animación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para establecer las características de un programa de animación. 2. Reconoce los tipos y actividades para el programa. 3. Define logística. 4. Planea un programa de animación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	16 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD IV				
1	Ejecución del programa de animación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para ejecutar un programa de animación. 2. Elige el lugar donde aplicarás el programa de animación turística. 3. De acuerdo al tipo de programa planeado ejecuta el programa de animación en un establecimiento turístico, esta actividad es de manera grupal. 1. 4. Analiza al final de cada actividad la eficiencia de tu programa de animación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Recursos materiales para el desarrollo de la actividad. 	16 horas

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, interrogativa y demostrativa
- Ejercicios prácticos
- Foros

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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

- Evaluaciones parciales	20%
- Actividades extraclase.....	10%
- Prácticas de taller.....	30%
- Ejecución del Programa de animación turística	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Castellanos, E. (2014). <i>Turismo y recreación. Bases Teóricas Conceptuales y Operativas</i>. México: Trillas [clásica]</p> <p>Cordero, J. C. (2018). <i>Impactos socioculturales de turismo, dimensiones conceptuales, teóricas y empíricas</i>. México: Trillas.</p> <p>Delgado, I. (2019). <i>Dinamización grupal</i>. Madrid: Paraninfo.</p> <p>Díaz, F. B. (2015). <i>El diseño de productos y servicios turísticos</i>. España: Síntesis.[clásica]</p> <p>Morales, M., (2016). <i>Animación turística</i>. Madrid: Síntesis.</p> <p>Ventosa, V., (2014). <i>Animación turística</i>. Madrid: CCS. [clásica]</p> <p>Wells, P. (2009). <i>Fundamentos de la animación</i>. Parramón Ediciones. [clásica]</p>	<p>Barajas Z., Quiroz, C., Nuñez, M., y Esparza, I. (2019). Análisis de la animación turística en el sur de Sonora (México) a través de la experiencia de Costa Azul (Francia). <i>Espacios</i>, 20. 40(4) 20. Recuperado de http://www.revistaespacios.com/a19v40n04/a19v40n04p20.pdf</p> <p>González Camejo, I. T., Vega de la Cruz, L. O., y Chong Poutou, J. A. (2020). Diseño del esquema de calidad de la experiencia turística en hoteles. (Spanish). <i>Semestre Económico</i>, 23(54), 113–128.</p> <p>Hernández, P. (2017). La Animación Turística Natural, Ecológica y Sustentable (sustentable y sostenible). <i>Región empresa periodística</i>. Recuperado de https://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/noticias-la-pampa/animacion-turistica-natural-ecologica-sustainable-1298.html</p> <p>Ruiz, M. (2018, diciembre 12). <i>Necesidad de formar animadores turísticos especializados en la animación del adulto mayor</i>. Gestipolis Recuperado de https://www.gestipolis.com/necesidad-de-formar-animadores-turisticos-especializados-en-la-animacion-del-adulto-mayor</p> <p>Sánchez Romero, Y., y Ulacia Oviedo, Z. (2019). Animación hotelera. Una perspectiva para diferenciar la marca. Club Amigo, grupo Cubanacán. <i>Retos Turísticos</i>, 18(1), 99–110.</p> <p>Santiago, E., y Morfín, Ma. (2011). Diálogo de saberes a través de la actividad turística. <i>El Periplo Sustentable</i>, (21),31-59. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1934/193419801003 [clásica]</p> <p>Tabares, E., y Fernandes, P. O. (2017). La contribución de la</p>

	animación turística en la elección y la experiencia turística. <i>Estudios y Perspectivas en Turismo</i> , 26(3), 607-625.
--	---

X. PERFIL DEL DOCENTE

<p>El docente que imparta la unidad de aprendizaje Gestión de la Animación Turística debe poseer título de Licenciado en Turismo o Gestión Turística o área afín, con mínimo dos años de experiencia laboral en el área de logística, organización, ejecución de eventos y dos años de experiencia docente. Ser proactivo, creativo analítico y organizado que fomente el trabajo en equipo.</p>
--

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, Mexicali, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Gestión Turística
- 3. Plan de Estudios:**
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Desarrollo de Producto Turístico Rural
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 01 HL: 00 HPC: 01 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Elda Areli Luque
José Trinidad Olague de la Cruz
Luis Alberto Morales Zamorano
José Luis Hernández Villegas

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Edith Martin Galindo

Fecha: 12 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es involucrar al estudiante en el desarrollo rural con propuestas de productos turísticos que se realicen en espacios rurales, compuestos por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación incluya el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación sostenible con la cultura de la población local nativa.

Esta materia se ofrece de manera optativa en la etapa terminal de la licenciatura en gestión turística y pertenece al área de conocimiento de Gestión Turística.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar productos turísticos rurales, a partir de la identificación de oportunidades de ocio en entornos rurales, la puesta en valor y respeto del patrimonio natural y cultural bajo condiciones de sostenibilidad, con el fin de crear alternativas de desarrollo económico de regiones y comunidades, con criterios de equidad, innovación y espíritu emprendedor.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Una propuesta de desarrollo de producto turístico rural que considere los resultados de la evaluación del potencial turístico rural seleccionado y la aplicación de una metodología. La entrega será en el formato, elementos y con las características que el docente determine.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Análisis del turismo rural

Competencia:

Analizar el marco conceptual del turismo rural, mediante el reconocimiento de la interacción de la actividad turística con el entorno social, natural y económico, para el desarrollo de productos turísticos rurales congruente con la sostenibilidad del territorio donde se establezca, con respeto a los valores culturales y el medioambiente.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Historia e importancia del turismo rural
 - 1.1.1. Conceptos sobre turismo rural
 - 1.1.2. El turismo rural como una variante del turismo de naturaleza.
 - 1.1.3. Características del turismo rural.
 - 1.1.3.1. El turismo rural como estrategia para el desarrollo socioeconómico local y regional.
 - 1.1.4. Contextualización del turismo rural en el mundo.
 - 1.1.4.1 Objetivos de desarrollo sostenible
 - 1.1.5. Contextualización del turismo rural a nivel nacional y regional.
 - 1.1.6. Descripción de la población en la zona rural.
- 1.2. Impacto del turismo rural en el desarrollo regional
 - 1.2.1. Impacto en el entorno sociocultural y responsabilidad del turista rural
 - 1.2.2. Impacto en el entorno socioeconómico
 - 1.2.3. Impacto sobre los recursos naturales.
 - 1.2.4. Código ético mundial para el turismo.
 - 1.2.5. Los riesgos del turismo rural y el efecto en el desarrollo social

UNIDAD II. Recursos culturales y naturales en zonas rurales

Competencia:

Clasificar los atractivos turísticos naturales, culturales tangibles e intangibles presentes en un contexto geográfico rural, para su ordenamiento, mediante el análisis de la vocación turística del sitio, con actitud de respeto, conservación y compromiso social.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1 Importancia de los recursos culturales y naturales en turismo rural
- 2.2 Identificación de recursos culturales
- 2.3 Identificación de recursos naturales
- 2.4 Caracterización de la vocación turística del sitio.
- 2.5 Clasificación del turismo rural.

UNIDAD III. Metodología para el desarrollo de productos

Competencia:

Aplicar una metodología para el desarrollo de productos en un contexto geográfico rural, mediante la recolección y análisis de información válida y confiable de los recursos naturales, culturales comunitarios tangibles e intangibles y planta turística, para definir su potencialidad y coadyuvar en la toma de decisiones turística, con responsabilidad, trabajo colaborativo y respeto a la diversidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1 Metodología integral de evaluación
 - 3.1.1 Descripción del sitio (inventario)
 - 3.1.2 Diagnóstico preliminar del sitio (planta turística)
 - 3.1.3 Evaluación del potencial turístico
 - 3.1.4 Potencialidades turísticas del lugar
 - 3.1.5 Análisis de estudio de caso

UNIDAD IV. Herramientas para el análisis del turismo rural

Competencia:

Analizar las condiciones presentes en el contexto geográfico, social y medioambiental de un potencial sitio turístico, mediante la aplicación de herramientas y metodologías enfocadas en el diagnóstico, con la finalidad de permitir el desarrollo, selección de características y operación de un producto turístico rural, con responsabilidad social, creatividad e innovación.

Contenido:

Duración: 6 horas

4.1 Herramientas para el análisis de situación.

- 4.1.1 Análisis PEST
- 4.1.2 Análisis FODA
- 4.1.3 Análisis del ciclo de vida de la zona turística
- 4.1.4 Matriz de Ansoff
- 4.1.5 Matriz del Boston Consulting Group

4.2 Plantilla para el desarrollo de producto turístico

4.3 Aplicación de la metodología para el diagnóstico

- 4.3.1 Formación del grupo de diagnóstico
- 4.3.2 Cronograma del diagnóstico
- 4.3.3 Caracterización del entorno
- 4.3.4 Análisis interno y externo

4.4 Resultados del diagnóstico

UNIDAD V. Diseño del producto turístico rural sustentable

Competencia:

Diseñar las características tangibles e intangibles y el proceso de prestación de un producto turístico rural, a través de principios y técnicas de mercadotecnia, con la finalidad de satisfacer las necesidades de ocio del mercado turístico al tiempo que coadyuva en el desarrollo socioeconómico de la comunidad anfitriona, con equidad y pleno respeto a la diversidad cultural y natural del entorno.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1 Diseño de producto turístico rural
 - 5.1.1 Estructura e integración del producto
 - 5.1.2 Precio
 - 5.1.3 Promoción
 - 5.1.4 Comercialización
 - 5.1.5 Presupuestación
 - 5.1.6 Evaluación
- 5.2 Diseño del proceso de prestación
- 5.3 Presentación del producto

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	Análisis de la clasificación del turismo rural.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para analizar la clasificación del turismo rural. 2. Realiza investigación documental en bases de datos y fuentes bibliográficas sobre el análisis de la tipología del turismo rural. 3. Sintetiza la información obtenida y la organiza. 4. Desarrolla la tipología en un mapa conceptual. 5. Entrega al profesor para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software de edición de gráficos • Acceso a base de datos UABC • Referencias bibliográficas 	2 horas
2	Analizar la evaluación del potencial turístico rural del sitio seleccionado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para analizar la evaluación del potencial turístico rural de la práctica de campo. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Por equipo analizan la información recabada en la Práctica de Campo #1. 4. Reconocen los elementos de la metodología aplicada. 5. Analizan la metodología aplicada. 6. Determinan el potencial turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Inventarios obtenidos en la Práctica de Campo #1. • Computadora • Internet • Software de edición de gráficos • Acceso a base de datos UABC • Referencias bibliográficas 	4 horas

		<p>rural del sitio elegido.</p> <p>7. Elaboran un reporte.</p> <p>8. Presentan ante el grupo y el docente.</p> <p>9. Entregan reporte al docente para su revisión y retroalimentación.</p>		
UNIDAD IV				
3	Las herramientas para realizar el análisis de situación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para investigar y analizar una de las herramientas para el análisis situacional. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Eligen en su entorno un sitio rural con potencial turístico. 4. Eligen una de las herramientas para aplicarla. 5. Desarrollan la herramienta. 6. Presentan ante el grupo y el docente. 7. Entregan reporte al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Acceso a base de datos UABC • Referencias bibliográficas 	2 horas
UNIDAD V				
4	Estructura e integración del producto turístico rural.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para elaborar un producto turístico rural sustentable. 2. Se integra equipo colaborativo. 3. Por equipo eligen un sitio con potencial turístico rural. 4. Aplican los elementos de la metodología aplicada en unidad 2 y 3. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software de edición de gráficos • Acceso a base de datos UABC • Referencias bibliográficas 	8 horas

		<ol style="list-style-type: none">5. Estructuran e integran la información para elaborar un producto turístico rural sustentable.6. Elaboran un reporte.7. Elaboran un video para presentar el producto.8. Entregan reporte y video al docente para su revisión y retroalimentación.9. Presentan ante los integrantes del sitio rural al que le elaboraron el producto, grupo y el docente.10. Entregan el reporte final al docente.		
--	--	---	--	--

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	Reconocimiento y toma de inventario del potencial turístico de un sitio rural de su entorno.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para realizar la evaluación del potencial de un sitio rural de su entorno. 2. Integra equipo colaborativo. 3. Por equipo o grupo eligen un sitio de su entorno rural (dependiendo del tamaño del área geográfica de estudio y tamaño del grupo). Previo a la salida se realiza investigación de gabinete para seleccionar el sitio potencial del estudio. 4. Se solicita oficio de permiso de salida a la Secretaría de la Subdirección. 5. El oficio es aprobado por la Subdirección. 6. Los alumnos y profesor se desplazan al sitio de estudio de acuerdo a la logística establecida. 7. Siguen los protocolos de los lugares y de la Universidad. 8. Se entrega oficio y se solicita firma y sello (de ser posible de recibido). 9. Aplican la metodología para recabar la información en formatos físicos o aplicaciones digitales previamente preparados para el efecto: <ol style="list-style-type: none"> a) Inventario de recursos 	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio con autorización de visita de campo. • Computadora • Internet • Recursos bibliográficos • Formatos físicos o aplicaciones digitales. • Cámara para fotos y video. 	8 horas

		<p>naturales, culturales tangibles e intangibles.</p> <p>b) Inventario de la planta turística.</p> <p>10. Se entrega copia del oficio a la Secretaria de la subdirección.</p> <p>11. Entregan reporte al docente para su revisión y retroalimentación.</p>		
UNIDAD IV				
2	<p>Visita de campo para recabar información para aplicar herramientas de análisis para diseñar el producto turístico rural.</p>	<p>1. Atiende las indicaciones del profesor para visita de campo para recabar información relevante para el diseño del producto turístico rural.</p> <p>2. Se sigue protocolo de salida descrito en la práctica anterior.</p> <p>3. Siguen los protocolos de los lugares y de la Universidad.</p> <p>4. Equipos recaban información en formatos físicos o aplicaciones digitales previamente preparados para el efecto:</p> <p>a) Entrevistas con personajes clave.</p> <p>b) Aplicación de encuesta.</p> <p>c) Observación del entorno.</p> <p>d) Toma de fotografías y video.</p> <p>e) Otros.</p> <p>Entregan reporte al docente para su revisión y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio con autorización de visita de campo. • Computadora • Internet • Recursos bibliográficos • Formatos físicos o aplicaciones digitales. • Cámara para fotos y video. 	8 horas

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
- Ejercicios prácticos
-

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- 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

- Tareas	20%
- Prácticas de taller	20%
- Prácticas de campo	20%
- Desarrollo del Producto Turístico Rural.....	30%
- Presentación del Producto Turístico Rural (video)...	10%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Ballina, F. J. (2020). Is There Rural Smart Tourism? A Spanish Experience. <i>Management Theory & Studies for Rural Business & Infrastructure Development</i>, 42(3), 369–380. https://libcon.rec.uabc.mx:5471/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=146590322&lang=es&site=ehost-live</p> <p>Domínguez, J.F. (2017). <i>Experiencias de turismo rural en Quintana Roo</i>. México: Groppe Libros.</p> <p>Fernández, C. (2011) <i>El Turismo rural en el desarrollo local</i>. En García, J.L. y Rodríguez, J.A. (Editores). <i>Teoría y Práctica del desarrollo local en Canarias. Manual para agentes de desarrollo local y rural</i>. (pp. 575-612). Federación Canaria de Desarrollo Rural. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/259043123_El_turismo_rural_en_el_desarrollo_local [clásica]</p> <p>Boullon, R. & Boullon D. (2008). <i>Turismo Rural</i>. México: Trillas [clásica]</p> <p>García, B. (2011). <i>Marketing del Turismo Rural</i>. España: Pirámide. [clásica]</p> <p>Guaita, J. M., Martín, J. M., Salinas, J. A., & Mogorrón-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. <i>Journal of Business Research</i>, 100, 165–174. https://libcon.rec.uabc.mx:5471/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=136581595&lang=es&site=ehost-live</p> <p>Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). <i>Manual para la elaboración y actualización del inventario de Recursos Turísticos</i>. Perú: Mincetur. Recuperado de https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22157-manual-para-la-formulacion-de-inventario-de-recursos-turisticos-a-nivel-nacional</p>	<p>David, X. (2020). <i>El turismo rural en España. La vuelta al pueblo y la naturaleza en la era post-coronavirus</i>. Recuperado de https://www.cuadernodeviaje.net/informacion-practica/turismo-rural-en-espana</p> <p>Fleischer, A. & Tchetchik, A. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture? <i>Tourism Management</i>, 26, 493–501. [clásica]</p> <p>García, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. <i>Cuadernos de Turismo</i>, 15, 113-133. [clásica]</p> <p>Hernández, J.M., Campón Cerro A.M. y Di Clemente, E. (2013). El turista rural en entornos de alta calidad Medioambiental. <i>Revista de Análisis Turístico</i>, 16(2), 21-31. [clásica]</p> <p>Núñez, J. (2020). <i>El turismo rural, ante su gran reto</i>. Recuperado de https://elpais.com/economia/2020/07/06/nuevos_tiempos/1594046737_721921.html</p> <p>Thome-Ortiz, H. (2016). Aprovechamiento Recreativo de los SIAL: El consumidor implícito del turismo agroalimentario. En M. C., Renard, <i>Mercados y desarrollo local sustentable</i> (pp.155-170). México: Red de Sistemas Agroalimentarios Localizados.</p>

Organización Mundial del Turismo. (2001). *Código ético mundial para el turismo*. ONU y OMT. Recuperado de <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf> [clásica]

Oriade, A. y Robinson, P. (2017). *Rural Tourism and Enterprise: Management, Marketing and Sustainability*. London, United Kingdom: Cabi Tourism Texts,

Secretaría de Turismo. (s.f.). Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios. Fascículo 8. Poniendo a México al día y a la vanguardia. Recuperado de Microsoft Word - Fascículo 8.rtf (wordpress.com)

Secretaría de Turismo. (2006). *Cómo desarrollar productos turísticos competitivos*. Serie de documentos técnicos, Competitividad. México: Sectur [clásica]

World Tourism Organization. (2017). *International Rural Tourism Development – An Asia-Pacific Perspective*. Madrid: UNWTO

World Tourism Organization. (2020). *Alula framework for inclusive community development through tourism*. UNWTO. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422159>

Zamorano, F.M. (2012). *Turismo Alternativo, servicios turísticos diferenciados*. (2ª ed.). Madrid: Trillas. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Desarrollo de Producto Turístico Rural, deberá tener Licenciatura en Turismo, en algún área Económico Administrativa, u otra área afín; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia de práctica docente en el área de administración de empresas turísticas, que proporcione al estudiante herramientas y habilidades encaminadas a promover desarrollos de turismo rural, fomentando la participación, colaboración en investigaciones y el trabajo en equipo.

9.4. Anexo 4. Estudio de evaluación externa e interna del programa educativo

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA, CAMPUS TIJUANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CAMPUS MEXICALI**



**Evaluación Externa e Interna del Programa
Educativo Licenciado en Gestión Turística**

09 de diciembre de 2019

DIRECTORIO

DR. DANIEL OCTAVIO VALDEZ DELGADILLO
Rector

DR. EDGAR ISMAEL ALARCÓN MEZA
Secretario General

MTRA. EDITH MONTIEL AYALA
Vicerrectora Campus Tijuana

DRA. GISELA MONTERO ALPÍREZ
Vicerrectora Campus Mexicali

DRA. MARTHA OFELIA LOBO RODRÍGUEZ
Directora de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia

DR. RAÚL GONZÁLEZ NÚÑEZ
Director de la Facultad de Ciencias Administrativas

DR. SALVADOR PONCE CEBALLOS
Coordinador General de Formación Profesional

DR. ANTELMO CASTRO LÓPEZ
Jefe del Departamento de Diseño Curricular y Formación Docente

EQUIPO DE TRABAJO

Director FTyM, Tijuana	Dra. Martha Ofelia Lobo Rodríguez
Director FCA, Mexicali	Dr. Raúl González Núñez
Subdirectora FTyM, Tijuana	Dra. Edith Martin Galindo
Subdirectora FCA, Mexicali	Dra. Adelaida Figueroa Villanueva
Coordinadores Generales	Dr. Jorge Carlos Morgan Medina Dra. Marisa Reyes Orta
Coordinación de la Licenciatura en Campus Mexicali	Mtra. Elda Areli Luque
Responsable de Seguimiento de Egresados FTyM, Tijuana	Dr. José Trinidad Olague de la Cruz
Responsable de Seguimiento de Egresados FCA, Mexicali	Dr. Sergio Bernardino López
Responsable de Análisis del Mercado Laboral FTyM,	M.M. Ricardo Verján Quiñones
Responsable de Análisis del Mercado Laboral FCA, Mexicali	Mtro. Jesús Pedro Miranda Torres
Responsables de Análisis Curriculares Nacionales	Dr. Jorge Carlos Morgan Medina Dra. Isis Arlene Carrión Díaz
Responsables de Seguimiento a Estudiantes y Profesores	Dr. Gabriel Ruiz Andrade Mtro. Omar Leonardo Valladares Icedo
Responsable de Análisis de la Oferta Educativa	Dr. Ario Refugio Estrada Gaxiola
Responsables del Seguimiento al Sector Empresarial	Dr. Isaac Cruz Estrada. Dra. Margarita Ramírez Torres
Responsable del Área Profesional y Vinculación, FCA, Mexicali	Dra. Zulema Córdova Ruíz
Responsables del Análisis de Resultados y Demandas del Examen de Egreso del CENEVAL	Dra. Ma. Cruz Lozano Ramírez Dr. Sergio Bernardino López

ÍNDICE DE CONTENIDO	Pág
INTRODUCCIÓN	1169
A. EVALUACIÓN EXTERNA.....	1171
1. Estudio de pertinencia social	1171
1.1 Análisis de Necesidades Sociales.....	1171
1.2 Análisis del Mercado Laboral	1198
1.3 Estudio de egresados	1216
1.4 Análisis de la oferta y la demanda.....	1230
2. Estudio de referentes	1243
2.1 Análisis de la profesión y su prospectiva.....	1243
2.2 Análisis comparativos de programas educativos.....	1256
2.3 Análisis de organismos nacionales e internacionales.....	1275
B. EVALUACIÓN INTERNA.....	1283
1. Evaluación de fundamentos y condiciones	1283
de operación del programa educativo.....	1283
2. Evaluación del currículo.....	1296
3. Evaluación de la trayectoria escolar de los estudiantes	1320
por el programa educativo	1320
4. Evaluación del personal académico, infraestructura y servicios.....	1338
C. CONCLUSIONES.....	1352
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	1358
ANEXOS.....	1367

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población económicamente activa en Baja California por municipio	1181
Tabla 2. Problemática social en Baja California basados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	1186
Tabla 3. Participación del PIB en servicios turísticos	1204
Tabla 4. Empresas vinculadas a la Actividad Turística en Baja California.....	1207
Tabla 5. ¿Qué necesita hacer la FTyM y FCA con sus alumnos o el plan de estudios para que los futuros egresados puedan cubrir esas necesidades del mercado laboral?	1212
Tabla 6. Distribución de la muestra de acuerdo a las proporciones de la población de egresados.....	1216
Tabla 7. Sexo de los egresados entrevistados.....	1217
Tabla 8. Generación de los egresados entrevistados.....	1218
Tabla 9. Titulación de los egresados entrevistados.....	1218
Tabla 10. Área laboral de profesionistas dedicados al turismo.....	1219
Tabla 11. Tiempo en su actual empleo	1219
Tabla 12. Factores determinantes en la obtención de empleo	1220
Tabla 13. Conocimientos que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita reforzar	1222
Tabla 14. Habilidades que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita reforzar	1223
Tabla 15. Valores que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita reforzar	1223
Tabla 16. Actitudes que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita reforzar	1224
Tabla 17. Contenidos que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita eliminar y permanecer	1225
Tabla 18. Oferta existente en el ámbito nacional y estatal	1234
Tabla 19. Oferta regional de la enseñanza del turismo a nivel licenciatura	1234
Tabla 20. Balance Oferta-Demanda de licenciaturas a nivel nacional en periodos 2018-2019	1235
Tabla 21. Balance Oferta-Demanda del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística en el periodo 2018-2019, en Baja California	1236
Tabla 22. Balance Oferta-Demanda del PE-LGT en el periodo 2018-2019, en UABC	1236
Tabla 23. Resultado de la demanda del Programa de Estudios.....	1237

Tabla 24. Caracterización de la población estudiantil que ingresa	1237
Tabla 25. Comparación del perfil de ingreso del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales.....	1260
Tabla 26. Comparación del perfil de egreso del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales.....	1264
Tabla 27. Tronco Común de la DES Económico-Administrativas de la UABC	1265
Tabla 28. Comparación del primer año de cursos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales.....	1267
Tabla 29. Comparación del segundo año de cursos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales..	1268
Tabla 30. Comparación del tercer año de cursos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales.....	1269
Tabla 31. Comparación del cuarto año de cursos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales.....	1271
Tabla 32. Análisis de programas educativos de universidades extranjeras.....	1272
Tabla 33. Instrumento de evaluación del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística formulado por CACECA.....	1278
Tabla 34. Estructura general de EGEL-TURISMO	1282
Tabla 35. La evolución de la matrícula del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística	1290
Tabla 36. Número de docentes que participaron en la encuesta para la evaluación del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística de cada unidad académica de UABC	1297
Tabla 37. Número de alumnos que participaron en la encuesta para la evaluación del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística de cada unidad académica de UABC	1298
Tabla 38. Unidades de aprendizaje con áreas de oportunidad.....	1310
Tabla 39. Unidades de aprendizaje que deben eliminarse o actualizarse	1311
Tabla 40. Eficiencia terminal Gestión Turística Tijuana	1322
Tabla 41. Eficiencia terminal Gestión Turística Mexicali.....	1322
Tabla 42. Unidades de aprendizaje con mayor índice de reprobación por unidad académica.	1323
Tabla 43. Eficiencia terminal de los estudiantes.....	1324
Tabla 44. Resultados de titulación	1324
Tabla 45. Variación porcentual de titulados	1324
Tabla 46. Movilidad nacional e internacional.....	1328
Tabla 47. Movilidad nacional e internacional de alumnos foráneos.....	1329

Tabla 48. Servicio social	1332
Tabla 49. Criterios para evaluar el desempeño de los alumnos en el examen CENEVAL	1333
Tabla 50. Resultados del EGEL de alumnos del programa educativo Licenciado en Gestión Turística de la FTyM.....	1334
Tabla 51. Resultados del EGEL de alumnos del programa educativo Licenciado en Gestión Turística de la FCA.....	1335
Tabla 52. Número de profesores en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia y Facultad de Ciencias Administrativas que atiende el programa educativo	1339
Tabla 53. Perfil de la planta docente de tiempo completo de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia.....	1339
Tabla 54. Perfil de la planta docente de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Administrativas	1340
Tabla 55. Cursos acreditados por docentes de las dos unidades académicas.....	1341
Tabla 56. Producción académica.....	1341
Tabla 57. Cuerpos Académicos de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia	1342
Tabla 58. Cuerpos Académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas.....	1342
Tabla 59. Infraestructura académica de las Facultades de Turismo y Mercadotecnia y Ciencias Administrativas.....	1344
Tabla 60. Laboratorios y talleres para prácticas y su equipamiento	1345
Tabla 61. Lista de verificación de preguntas de evaluación para determinar la modificación o actualizar programas educativos (I)	1353
Tabla 62. Lista de verificación de preguntas de evaluación para determinar la modificación o actualizar programas educativos (II)	1355

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Áreas que denotan fortalezas en el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística.....	1220
Figura 2. Conocimientos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con mayor exigencia en el campo laboral	1221
Figura 3. Modalidades de aprendizaje con mayor impacto en la formación de los egresados	1225
Figura 4. Tendencias que tendrán mayor impacto en el sector productivo en el próximo lustro, de acuerdo con los egresados del plan de estudios	1227
Figura 5. Nivel de satisfacción de la formación profesional recibida en UABC, según el egresado	1228
Figura 6. Egresados que tienen la intención de estudiar un posgrado.....	1229
Figura 7. Matrícula estudiantil en Gestión Turística/Turismo en la región noroeste en los periodos de 2011-2012 al 2017-2018	1239
Figura 8. Resultado de la demanda del programa educativo Licenciado en Gestión Turística	1241
Figura 9. Proyección de las Solicitudes de Ingreso para el programa educativo Licenciado en Gestión Turística en UABC para los periodos 2019-2020 al 2024-2025	1242
Figura 10. Evolución de la matrícula a lo largo del plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística.....	1291
Figura 11. Estructura Organizacional de la FTyM.....	1294
Figura 12. Estructura Organizacional de la FCA.....	1294
Figura 13. Etapas de formación del Programa Educativo	1301
Figura 14. Mapa curricular del programa educativo	1303
Figura 15. Percepción de los profesores con respecto al plan de estudios.....	1307
Figura 16. Percepción de los profesores en relación a las unidades de aprendizaje	1308

INTRODUCCIÓN

En este documento se presenta la evaluación base para la actualización del programa educativo Licenciado en Gestión Turística que actualmente se imparte en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia Campus Tijuana y en la Facultad de Ciencias Administrativas Campus Mexicali de la Universidad Autónoma de Baja California. La evaluación del plan de estudios obedece al cumplimiento de la normativa institucional de la Universidad y al compromiso de ofrecer una formación actual que dé respuesta a las necesidades reales, pertinentes y con un fuerte compromiso social, contribuyendo al desarrollo sustentable de la región. El estudio se realizó siguiendo las pautas metodológicas de la guía para la actualización y modificación de los programas educativos (Serna y Castro, 2018).

El documento se compone de dos grandes apartados. El primero corresponde a la evaluación externa, donde se evaluó el estado actual del entorno social de la región, la oferta y demanda del sector turístico, la evolución del mismo; también se presenta el estudio de referentes, donde se consideró el análisis comparativo con programas educativos similares. En el segundo se realizó un análisis de las condiciones actuales de la operación y resultados del programa educativo vigente, mediante una evaluación de los fundamentos y condiciones sobre los cuales opera dicho programa, la evaluación de su currículo y de la trayectoria que los alumnos realizan dentro del mismo, así como también del personal docente, su infraestructura para el proceso enseñanza-aprendizaje y los servicios que se prestan en él; posteriormente se identificaron fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

Se encontró que, de 2009 a la fecha, el sector turístico a nivel mundial, en México y en la región, se ha transformado. La tecnología, el transporte, la comprensión de la diversidad, las economías compartidas y la búsqueda de experiencias únicas, son factores que de transformación a nivel mundial. A nivel nacional se ha incrementado el número de llegadas internacionales; se ha agudizado los motivos de visita, derivando en una oferta turística que requiere demanda personal con al menos, un adecuado manejo del inglés, como segunda lengua; con comprensión de la correcta gestión de las empresas; sin embargo, al agudizarse la diversificación del turismo, se han incrementado las zonas receptoras. Baja California, al desarrollarse en los

últimos años el turismo enológico, gastronómico, de aventura, médico; urbano y rural, presenta como reto la integración y comercialización de producto turístico; el fortalecimiento de una cultura de gestión de calidad en el servicio y el aprovechamiento del patrimonio cultural y natural de manera sostenible, a través de la comercialización de producto turístico (Morgan, Cuamea y Estrada, 2015).

El análisis interno arrojó la necesidad de mantener la operación del plan de estudios incorporando y equilibrando la cantidad de horas de profesionalización; también resulta pertinente replantear la formación de los estudiantes, quienes inician el programa educativo en modalidad de tronco común; que, si bien permite la elección de una licenciatura con bases comunes, también retrasa el conocimiento y formación de competencias operativas y de gestión, limitando la profundización en la formación de profesionistas.

Así mismo, se deberá de considerar como elemento de importancia o de cumplimiento en los primeros semestres, contar con un adecuado manejo de al menos inglés, como segunda lengua. La planeación para la modificación del programa de estudios deberá considerar las recomendaciones vertidas en este diagnóstico, para dar respuesta a las necesidades actuales y futuras del sector a nivel empresarial y de gestión de destino emergente, promoviendo la innovación y la construcción de una cultura de calidad.

A. EVALUACIÓN EXTERNA

1. Estudio de pertinencia social

El estudio de pertinencia social pretende identificar los fundamentos que den base a la modificación o actualización de programas educativos a partir del análisis de necesidades y problemáticas sociales, el análisis del mercado laboral, el estudio de egresados y el análisis de oferta y demanda educativa. Un programa educativo es pertinente cuando sus egresados atienden las necesidades y problemáticas sociales del contexto global, nacional, regional y local de un área del conocimiento.

1.1 Análisis de Necesidades Sociales

1.1.1 Objetivo

Determinar las necesidades y problemáticas sociales estatales, regionales, nacionales e internacionales, actuales y futuras, que atiende el programa educativo Licenciado en Gestión Turística.

1.1.2 Método

Se realizó una investigación documental con fuentes secundarias de organismos nacionales e internacionales y de bases de datos: Organización de las Naciones Unidas (ONU), Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Informe sobre el Comercio Mundial de la Organización Mundial de Comercio (OMC), Organización Internacional del Trabajo (OIT), Informe de perspectivas económicas de América Latina y el Caribe, Informe de Desarrollo Humano de México, Instituto Nacional de Geografía e Historia de México (INEGI), Consejo Nacional de Población (CONAPO), Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México (DATATUR), Instituto Mexicano de Competitividad (IMCO), Consejo de Planeación y Desarrollo de Baja California (COPLADEBC), Corredor Costero Tijuana-Rosarito-Ensenada (COCOTREN), Comisión Estatal de Derechos Humanos en Baja California (CEDHBC), Sistema Municipal de Parques Temáticos (SIMPAT), Instituto Mexicano de Competitividad (IMCO) y la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (SECTURE).

Respecto al análisis y ordenamiento de la información, se llevó a cabo un análisis de contenido que permitiera evidenciar la dinámica social de la entidad con base a tres

categorías: (1) contexto demográfico, social, cultural, económico y político en el ámbito internacional, nacional y estatal; (2) se realizó un análisis prospectivo utilizando los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS); y (3) se analizaron las problemáticas y necesidades sociales de la población y en el sector turístico de manera específica a nivel estatal considerando los Objetivos del Milenio de la ONU.

A partir de lo anterior, se revisaron y analizaron los siguientes documentos: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Informe de perspectivas económicas de América Latina y el Caribe, Informe de Desarrollo Humano de México y DATATUR.

1.1.3 Resultados

Contexto internacional, nacional y estatal

Contexto internacional

A pesar de las crisis económicas del último decenio, la economía mundial se ha fortalecido, se observó un crecimiento global del 3,0% en 2017 y los indicadores del mercado laboral continúan mejorando en algunos países, a aproximadamente dos tercios de los países del mundo han crecido durante el año 2017 en comparación con los años anteriores, lo que proyecta un crecimiento estable para los siguientes años. (ONU, 2017).

Sin embargo, los beneficios económicos en los últimos años siguen presentando una distribución desigual. Las perspectivas económicas no son alentadoras para un gran número de países que dependen de escasos recursos naturales y de los cambios en las políticas comerciales, el deterioro repentino de las condiciones financieras mundiales y las crecientes tensiones geopolíticas (ONU, 2017).

La ONU señala que el ritmo desacelerado de la recuperación económica mundial continúa generando inquietud respecto a las perspectivas de cumplir los Objetivos del Milenio, cuyo propósito es poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, y hacer frente al cambio climático sin que nadie quede atrás para el 2030. Además, menciona que el débil crecimiento de los ingresos per cápita evita el cumplimiento de dichos objetivos en varias regiones (ONU, 2017).

Según el PNUD, las desigualdades en el desarrollo humano se consideran un gran desafío para el progreso, ya que los notorios desequilibrios en las oportunidades de las personas se derivan en las desigualdades de ingresos, educación, salud, empleo, comunicación, acceso a la tecnología y a los recursos naturales. Las brechas de desarrollo humano reflejan una notoria desigualdad, en cuanto a la salud, la esperanza de vida media es de 79.5 años en los países con desarrollo humano muy alto, lo que contrasta con la media de 60.8 años de los países con desarrollo humano bajo. Por lo que respecta a las regiones en desarrollo, la brecha entre los géneros es más reducida en América Latina y el Caribe (2.3%) y más amplia en Asia Meridional (16.3%) y en los Estados Árabes (14.5%). Los logros en materia de desarrollo humano deben expresarse no solo desde el punto de vista de la cantidad, sino también desde la perspectiva de la calidad (PNUD, 2018).

Así mismo, el estudio Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo, emitido por la OIT (2019) indica que, gracias a la recuperación económica y al aumento de la población activa, el desempleo mundial tendría que mantenerse este año a un nivel similar que el anterior.

De acuerdo con el mencionado estudio, la positiva evolución del mercado laboral en los países desarrollados debió provocar que la tasa de desempleo descendiese al 5.5% durante 2018, y se esperaba un aumento de la desocupación en los países emergentes y en desarrollo, pese a las mejoras de estos. El índice de personas sin ocupación en América Latina y el Caribe habría disminuido ligeramente de 8.2% en 2017 a 7.7 % durante el 2018 y 2019 (OIT, 2018).

En esa misma línea, el Informe sobre el Comercio Mundial 2018 que presenta la OMC (2018), pone de relieve la interacción entre la tecnología y el comercio. En él se examina la manera en que las tecnologías digitales están transformando el comercio mundial y se analiza cuáles serán sus implicaciones en los años venideros. A continuación, se presentan algunas conclusiones fundamentales que se abordan en dicho informe:

- Los hábitos de los consumidores se han venido visto influenciados por las tecnologías digitales al realizar una facilitación de las compras en línea a través de dispositivos tecnológicos que se encuentran conectados a la red de internet, propiciando así un acceso directo a los mercados que ofertan sus productos en línea.
- En relación a las tecnologías digitales, ha facilitado la entrada de las diferentes ofertas a mercados que le han permitido el aumento en la diversidad de productos, mediante mejores condiciones de producción, promoción, distribución y costo.
- La disminución de los costos en el marco del comercio ha sido particularmente de beneficio para las pymes, así como para las empresas que se encuentra establecidas en países en desarrollo, adoptando políticas adecuadas que solucionan problemas de difusión y reglamentación del uso de las tecnologías.
- Los gobiernos y la comunidad internacional consideran como necesario el uso de las tecnologías digitales debido a que estas generan oportunidades en áreas diversas como las inversiones en infraestructuras digitales y recursos humanos, medidas de política internacional y la reglamentación.

A pesar de los beneficios que se derivan de las tecnologías digitales es importante observar algunas repercusiones, por ejemplo, relacionadas con la concentración del mercado, la pérdida de privacidad, las amenazas a la seguridad, la brecha digital y la cuestión de si las tecnologías digitales han aumentado realmente la productividad (OMC, 2018).

De acuerdo con el resultado del informe Perspectivas Económicas de América Latina (2019), en materia de bienestar, existe una gran relación entre la riqueza generada por los países a través del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita y la calidad de vida de las personas. Comúnmente visto en los países de América Latina y el Caribe, principalmente por la desigualdad dentro de un mismo país. Los

umbrales del ingreso no toman en cuenta este aspecto complejo del desarrollo, ni la diversidad y la heterogeneidad de los países en transición.

La región superó las expectativas relativas a su nivel de PIB per cápita en dimensiones como esperanza de vida, cobertura de la educación primaria, vinculación social y calidad del aire. Sin embargo, los índices de violencia y desigualdad del ingreso se mantienen relativamente altos, y la informalidad se ha convertido en un problema persistente. Además, desde los años 1950 los salarios reales aumentaron a un ritmo menor que en otros países del mundo con un PIB *per cápita* equiparable (OMC, 2018).

Contexto Nacional

De acuerdo con el Informe sobre Desarrollo Humano en México (PNUD, 2016), desigualdad y movilidad, se debe explorar el potencial del país para impulsar la movilidad de las oportunidades de vida. En las últimas décadas, el país aumentó su nivel de desarrollo humano logrando reducir las diferencias regionales y entre grupos. Sin embargo, continúa la elevada desigualdad entre las personas, lo que propicia que desacelere el desarrollo humano presente y futuro.

El mercado laboral mexicano presenta tres limitantes de gran importancia para la movilidad absoluta e igualadora. En primer lugar, la pérdida del poder adquisitivo del ingreso laboral implica que el total de ingresos por trabajo de los hogares sólo puede incrementarse con un aumento de las horas trabajadas por persona ocupada o mediante una mayor participación de los miembros del hogar en la fuerza de trabajo. En segundo lugar, el alto grado de segmentación del mercado de trabajo entre el sector formal y el informal, junto con las diferencias de productividad entre ambos, que se traducen en brechas salariales pronunciadas, reproducen las desigualdades y obstaculizan la movilidad igualadora. Por último, la persistencia de una baja tasa de participación laboral femenina representa un potencial de generación de ingresos desaprovechado, particularmente en las zonas y hogares con menores remuneraciones laborales (Levy, 2008; INEGI, 2015; y PNUD, 2017).

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 se considera el desarrollo sostenible como factor indispensable para el bienestar, se define como la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, con la finalidad de impulsar el crecimiento económico, sin provocar afectaciones a la convivencia pacífica, a los lazos de solidaridad, a la diversidad cultural ni al entorno (Gobierno de México, 2019).

Durante los últimos 20 años, México ha demostrado una estabilidad macroeconómica que ha favorecido la reducción de los costos asociados a fenómenos dañinos para el bienestar y la distribución como la inflación, y ha enfrentado condiciones externas adversas, sin embargo, el crecimiento económico no ha sido suficiente. Las mejoras sostenidas en el bienestar de la población requieren de ampliar la capacidad para generar valor en la economía a través de crecimiento y de asegurar que la distribución de los frutos de este crecimiento beneficie a la mayoría de la población (Gobierno de México, 2019).

Con relación al PIB real que se generó entre 1988 y 2018 reflejó un crecimiento promedio del 2.7% por año, y el PIB real per cápita solamente un 1.1%. Con el resultado anterior se dio un crecimiento pobre, a pesar del bono demográfico que consiste en la incorporación de una importante población joven a la fuerza de trabajo. A pesar de lo anterior, se espera generar un mayor crecimiento, considerando la disponibilidad de una fuerza laboral joven, un mercado interno grande y con potencial de desarrollo, una de las mayores riquezas de biodiversidad en el mundo, una localización geográfica privilegiada y un atractivo turístico, entre otras (Gobierno de México, 2019).

En el ámbito educativo es necesario mejorar las condiciones materiales de las escuelas del país, a garantizar el acceso de todos los jóvenes a la educación para lograr una mayor cobertura e incrementar la calidad en la educación en todos los niveles del país (Gobierno de México, 2019).

En cuanto al acceso a los servicios públicos de salud es insuficiente e ineficiente, ya que gran parte de la población no tiene acceso a servicios médicos o sus padecimientos no tienen cobertura con las opciones actuales (Gobierno de México, 2019).

Por lo anterior, es necesario enfrentar una serie de problemas estructurales que han impedido aprovechar estas ventajas y que continúan agudizando las brechas de desigualdad en el país como son una infraestructura física y social deficiente, bajos niveles de inversión, poca innovación y adopción tecnológica, falta de competencia y alta concentración en diversos sectores, un sistema financiero poco profundo y muy concentrado, una economía agrícola de subsistencia y un sector informal muy grande (Gobierno de México, 2019).

Contexto Estatal

El programa educativo Licenciado en Gestión Turística se realiza en un contexto particular derivado de la posición geográfica del estado de Baja California, la baja densidad población, la tercerización de la economía y el dinamismo de condición de frontera con Estados Unidos, al sur de California, que diferencian a esta región de las del centro y sur de México.

Baja California está ubicado en el noroeste de México, en el territorio peninsular que comparte con Baja California Sur. Al norte limita con Estados Unidos de Norteamérica, (con una frontera de 265 km. de los cuales 233 km. corresponden al Estado de California y 32 km. al Estado de Arizona. Hacia el sur se encuentra limitado por el Estado de Baja California Sur; al poniente por el Océano Pacífico y al noroeste por el Golfo de California (CONABIO, 2018). La entidad está conformada por cinco municipios: Mexicali, Tijuana, Ensenada, Tecate y Playas de Rosarito.

En relación con la geomorfología genérica, el territorio peninsular posee formaciones montañosas, valles y desiertos. No posee ríos de gran afluencia, salvo el Río Colorado que nace en territorio estadounidense y termina en el Golfo de California. Esta característica, sumada a un clima mediterráneo, con lluvias en diciembre, y presencia solo de agua subterránea, determina una baja disponibilidad de recursos

hídricos en la región (Gobierno de Baja California, 2018), que es un factor limitante del crecimiento económico y que obliga al desarrollo de alternativas de gestión innovadoras de este importante recurso.

Si se considera la biodiversidad y conservación, la región posee una alta biodiversidad expresada en distintos ecosistemas presentes en la región: marismas, dunas costeras, matorral costero, chaparral, bosques de distintas especies y desiertos brindan distintos servicios eco sistémicos que se encuentran en un adecuado nivel de conservación gracias a la creación de Áreas Naturales Protegidas (CONABIO, 2018). Entre ellas destacan: la Reserva de la Biósfera de California y Delta del Río Colorado, Área de Protección de Valle de los Cirios, Reserva de la Biósfera de Isla Guadalupe, El Parque Nacional San Pedro Mártir, El Parque Nacional Constitución de 1857. Salvo la Reserva del Delta, que se encuentra en Mexicali, las demás se localizan en el municipio de Ensenada. La delimitación de un área natural protegida contribuye a la conservación de los ecosistemas, limitando las actividades extractivas, favoreciendo las recreativas, de educación ambiental y turismo de bajo impacto en la región.

La entidad en promedio presenta una baja densidad poblacional. De acuerdo con datos del INEGI (2017), el 2.8% de la población del país, reside en Baja California (3'315,766 habitantes). La media nacional de habitantes por kilómetro cuadrado es de 61 personas; Baja California, promedia 46, similar a San Luis Potosí o Sinaloa, muy por debajo de entidades como Ciudad de México (5,967), Estado de México (724) que ocupan el primero y segundo lugar de la lista. Según estimaciones de la CONAPO (2017), la población de Baja California representará en el 2030 el 3.10% de la población nacional, con una población cercana a los 4 millones 200 mil personas.

La distribución urbana reporta que la mayor proporción de la población se encuentra en entornos urbanos; de acuerdo con el INEGI (2018) dicha población representa el 92% y el resto habita en el medio rural. Si bien, esta concentración favorece la conservación de las áreas naturales al sur de la entidad, representa retos para la gestión de las áreas urbanas (Tijuana y Mexicali, principalmente) y para la

prestación de servicios en el entorno rural (sur de Ensenada). La concentración poblacional se encuentra distribuida de la siguiente manera: la ciudad de Tijuana cuenta con el 43.17% de la población; la capital, la ciudad de Mexicali, casi con el 26%; Ensenada, con el 12.8%; las ciudades de Tecate y Rosarito concentran poco más del 5% de la población de manera conjunta (INEGI, 2018). La dinámica poblacional del Estado obedece, en gran medida, a procesos migratorios vinculados a su condición de frontera con Estados Unidos y a su economía creciente. De acuerdo con Mungaray, *et. al.* (2014), los programas de trabajo temporal en Estados Unidos, la delimitación de zonas libres de impuestos, y los programas vinculados a la industria maquiladora, con la construcción de carreteras, aeropuertos y puertos, y recientemente las deportaciones, han favorecido el crecimiento poblacional de la región. Se estima que, al menos el 26% de la población de Baja California es migrante (INEGI, 2018).

Actualmente, la pirámide poblacional, que representa la población por grupos de edad y sexo, presenta una base amplia, con una reducción entre la población de 0 a 14 años, los grupos de edad entre 15 y 64 años de edad representan el 67.8%, por arriba de la media nacional (65.4%), lo que significa que existen más personas en edad de trabajar y estudiar en la región; sin embargo, en las próximas dos décadas se presentará un fenómeno de envejecimiento poblacional (COPLADEBC, 2017).

Los procesos migratorios han favorecido la construcción de una sociedad culturalmente diversa y contrastante con las vecinas ciudades de California. La migración interna de entidades del centro y sur de México, de entidades del noroeste del país y recientemente de Centroamérica, se suman a influencias pasadas de habitantes migrantes de China, Rusia y de las comunidades originarias (Bustamante, 2016). Así, se han generado expresiones artísticas, culturales, gastronómicas que fusionan influencias nacionales e internacionales que dan identidad a la región. También la migración es de norte a sur, favoreciendo la construcción y comercialización de casas de descanso o de retiro. Se encuentran principalmente en la línea de costa en la región conocida como Corredor Turístico Tijuana-Rosarito-Ensenada (COCOTREN) (Morgan, Cuamea y Estrada, 2015). Además, se presenta un fenómeno en el cual, una importante cantidad de

mexicoamericanos residen en la ciudad de Tijuana y trabajan en la ciudad de San Diego (California, Estados Unidos de América), propiciando un importante cruce fronterizo en horas pico laborales; es decir, durante la mañana se cruza a San Diego, y durante la tarde se cruza a Tijuana; de esa manera, estas personas hacen frente a los grandes costos de vivienda que se les presenta en la ciudad donde laboran (Morgan, Cuamea, Valle, y Moreno, 2010).

Respecto a la actividad económica de la región, ésta ha tenido una evolución hacia la tercerización de servicios. De acuerdo con el INEGI (2018) del total del PIB estatal el 2.8% corresponden a actividades primarias, el 41.7% a actividades secundarias y las terciarias representan 55.5%. El PIB de Baja California representa el 3.3% del total nacional (11er. lugar a nivel nacional en este rubro). En un desglose de las actividades económicas, la Secretaría de Economía (2018) destaca: la fabricación de maquinaria y equipo (12.3%), servicios inmobiliarios y de alquiler (11.6); construcción (10.8%), comercio al menudeo (10.2) y al mayoreo (8.8%). A pesar de que la actividad de hospedaje y de servicios de alimentación están considerados en el restante 46.3%, es relevante destacar el turismo de negocios derivado de la actividad económica del sector industrial. En este sentido el gobierno estatal reconoce como sectores estratégicos a la aeroespacial, eléctricos y electrónicos, electrodomésticos, productos médicos, biotecnología, tecnologías de la información, servicios médicos, transporte y producción vitivinícola, estas últimas tres si se encuentran vinculadas directamente a la actividad turística.

Relativo al sector que mayor cantidad de población económicamente activa incorpora en los cinco municipios es el de servicios. Sin embargo, las variaciones son destacables, en consideración con las vocaciones productivas de cada municipio. Tijuana es el municipio con mayor cantidad de empleos generados en el sector manufacturero. Mexicali y Ensenada presentan una carga de empleos similar con un porcentaje importante en la producción agrícola. Sin embargo, Mexicali presenta también una importante contribución del sector secundario en la generación de empleos. Ensenada, destaca en agricultura y en servicios, esto derivado de la producción de los valles agrícolas y al turismo enológico. Finalmente,

Rosarito emplea a 61% de su población activa en el sector servicios, destacando el turismo en este municipio (Ver tabla 1).

Tabla 1. Población económicamente activa en Baja California por municipio

Municipio	Población Económicamente Activa		
	Sector primario	Sector secundario	Sector terciario
Tijuana	60%	40.72%	52.53%
Mexicali	11.33%	33.34%	50.66%
Ensenada	16.27%	26.96%	53.16%
Tecate	Sin datos	Sin datos	Sin datos
Rosarito	3%	36%	61%

Fuente: Elaboración propia, con base en INEGI, 2018.

La vocación industrial de Baja California se debe principalmente a las exportaciones hacia Estados Unidos; pues de acuerdo con el IMCO (2016), tanto el estado de Chihuahua y como el estado de Baja California son las entidades que más capacidad exportadora presentan en México, logrando que el 10.6% de las exportaciones totales del país fueran por parte de Baja California en el año 2014.

A su vez, la conectividad de Baja California es buena, pues cuenta con carreteras que conectan las principales ciudades de la península y el resto del país, un puerto de altura y dos aeropuertos que reciben vuelos nacionales e internacionales. Cuatro son las carreteras principales: la Carretera Transpeninsular, o Carretera Federal No. 1, que conecta toda la península, de norte a sur, desde Tijuana hasta Cabo San Lucas y San José del Cabo, en Baja California Sur; es la única vía de acceso terrestre al sur de la península, descontando los accesos marítimos vía utilización de ferris (transbordadores). Esta carretera es escenario para la realización de eventos como la carrera ciclista Rosarito-Ensenada y las carreras de autos fuera de carrera, *Baja 1000* y *Baja 500* (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2019).

La Carretera Federal No. 2 se transita de oeste a este, iniciando en Tijuana enlazándose con Tecate y la capital del estado, Mexicali; posteriormente se adentra al estado de Sonora hasta llegar al estado de Tamaulipas; la Carretera Federal No. 3, conecta parte de los municipios de Tecate, Ensenada y Mexicali. Inicia al norte en Tecate, con dirección al sur, abarca la Ruta del Vino, localizado en el Valle de Guadalupe, posteriormente rumbo al este, conectando con el Valle de Ojos Negros, ambos en el municipio de Ensenada, finalizando en El Chinero, municipio de Mexicali; y la Carretera Federal No. 5, en el norte inicia en Mexicali, pasando por El Chinero, el puerto turístico de San Felipe, esto en el municipio de Mexicali, siguiendo su recorrido dentro del municipio de Ensenada por la zona del Golfo de California hasta Bahía de San Luis Gonzaga, actualmente se encuentra en obras con el fin de conectar esta vía con la Carretera Federal No. 1 (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2017).

Ensenada cuenta con un puerto de altura que permite el transporte de mercancías y la recepción de cruceros internacionales. Tiene una posición estratégica al ser el puerto más cercano a la frontera con Estados Unidos. Permite la conexión con 64 puertos de 28 países. Destaca la interacción con el sureste asiático, derivado del comercio de la industria maquiladora (API, 2018). Respecto a los cruceros, la terminal data de 1988, cuenta con dos posiciones de atraque (permitiendo dos barcos simultáneamente) que cubren la ruta desde Los Ángeles o Long Beach. De acuerdo con datos del Centro Metropolitano de Información Económica y Empresarial (CEMDI, 2018) se reciben mensualmente 23 cruceros turísticos de los que bajan 55 mil pasajeros. Este promedio ha ido al alza en los últimos años.

Otro puerto importante, en este caso de cabotaje, es San Felipe en el Mar de Cortés en el municipio de Mexicali, se destaca por sus eventos fuera de camino. El aeropuerto más importante de la entidad es el de Tijuana. Es operado por el Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP). De acuerdo con el Grupo Aeroportuario (2017) cuenta con 34 destinos. Es el quinto más importante en transporte de pasajeros, después de Ciudad de México, Cancún, Guadalajara y Monterrey. Entre estos cinco, es el que presenta la tasa de crecimiento más alta. Entre 2017 y 2019 presenta una variación de 23.2% pasando de 248,305 pasajeros a 305,789 (DATATUR, 2019).

Parte de este incremento en la cantidad de usuarios se debe a la puesta en operación del cruce fronterizo *Cross Border Express* (puente binacional de cruce inmediato, sin abandonar el área confinada a los accesos de abordaje y de índole internacional).

El Aeropuerto Internacional de Tijuana permite la conectividad aérea con 25 estados del país. En el reciente año, pusieron en operación dos rutas nuevas hacia las ciudades de Mérida y Loreto, en Yucatán y Baja California Sur, respectivamente, con lo cual se llega a 34 ciudades nacionales en 25 estados del país.

Otro aeropuerto importante es el de la ciudad de Mexicali, de acuerdo con un comunicado presentado por SECTURE ante diversos medios de comunicación este aeropuerto se encuentra entre los treinta con mayor crecimiento en la República Mexicana y ha tenido el mayor incremento en el número de asientos ofertados. Su posición dentro de la red de aeropuertos ha pasado en los últimos diez años del lugar 26 al 17 de todo el país. Indica que ha tenido un incremento de 41.6 por ciento de pasajeros, señala un cambio en el perfil de estos, que ahora son en su mayoría, viajeros de negocio. A su vez se destaca el periodo 2015 al 2018 este aeropuerto internacional pasó de tres a ocho destinos conectados en forma directa. Adicionalmente, cuenta con otras instalaciones de infraestructura aeroportuaria, que se enfocan en la cobertura de rutas regionales, tales como pequeños aeropuertos localizados en Ensenada, en la Isla de Cedros y en San Felipe, además de que se proyecta la construcción de uno más en Ojos Negros (El aeropuerto internacional de Mexicali en constante crecimiento, 2018).

Evaluando la competitividad de Baja California, de acuerdo con el Índice de Competitividad Estatal, el estado se encuentra en la posición número 11 en materia de contribución al PIB de México, y es la segunda entidad federativa con base exportadora en el país. De acuerdo con dicho índice, en 2016 la entidad cayó del lugar 17º al 25º; sin embargo, esta caída no se debe a condiciones de base económica, sino a otras de tipo social y de gestión pública (IMCO, 2018).

El mencionado índice mide la capacidad de los estados para atraer y retener talento e inversión, siendo consistente para mejorar su productividad y generar bienestar para sus habitantes. Así, los estados que están en los primeros lugares del *ranking*, de acuerdo con el mencionado índice, son: Ciudad de México, Aguascalientes, Nuevo León, Colima y Querétaro.

El comportamiento del estado de Baja California en dicho *ranking*, se deriva de una opacidad en la gestión del presupuesto estatal y por el desabasto de agua a la población. Por otra parte, también se registró un incremento de la tasa de suicidios, pasando de 3.5 a 5.1 casos por cada 100 mil personas, y por la disminución de conexión de hogares al sistema de alcantarillado (IMCO, 2018).

Basados en lo anterior, se considera pertinente destacar de este contexto los rasgos que se vinculan al plan de estudios Licenciado en Gestión Turística:

- El estado de conservación de los ecosistemas de la región sur de Ensenada, derivados de la implementación de Áreas Naturales Protegidas y la baja densidad poblacional, favorecen el desarrollo del turismo de naturaleza.
- Las altas concentraciones de la población en los entornos urbanos derivan en la búsqueda de experiencias recreativas en entornos rurales, de playa o de naturaleza, favoreciendo los flujos de visitantes de norte a sur, de acuerdo con la ubicación de las principales ciudades.
- Respecto al comportamiento de la pirámide poblacional, si bien las actividades recreativas y turísticas actualmente están mayoritariamente diseñadas para un segmento de la población joven, en las siguientes dos décadas se tenderá a la oferta de actividades para adultos mayores, derivado del envejecimiento poblacional.
- La región, al tener condición de frontera con Estados Unidos presenta fenómenos migratorios de sur a norte y de norte a sur, principalmente. De sur a norte, persiguiendo “el sueño americano” favorece la construcción de una

región multicultural, a pesar de que presenta retos en términos de planeación urbana; de norte a sur, derivado de la búsqueda de casas de descanso de personas del sur de California, que generan el denominado, turismo inmobiliario, en la línea de costa del Corredor Turístico Tijuana-Rosarito-Ensenada.

- La actividad económica, a pesar de que mayoritariamente es de servicios, sí permite identificar vocaciones económicas diferenciadas que pueden vincularse a un tipo especializado de turismo.
- En Tijuana la actividad industrial deriva en turismo de negocios, de reuniones; los servicios médicos que se favorecen por el diferencial en precios comparados a nivel internacional estimulan el turismo médico; y la gastronomía, derivada de las fusiones por la migración son destacables para los fines que persigue el presente documento. Mexicali, con el valle agrícola, y una industria agroindustrial importante favorece también el turismo de negocios.
- Ensenada presenta un sector agrícola de mayor peso en la entidad, sin embargo, el sector servicios representa, más del 50%; el Valle de Guadalupe es un claro ejemplo de la integración de los tres sectores en el municipio. Tecate con servicios recreativos y empresas agroindustriales también cuentan con una vocación turística particular. Rosarito, finalmente, está enfocado principalmente a la prestación de servicios, y se considera que es el municipio con una vocación natural turística y recreativa.
- La conectividad es buena, favoreciendo la llegada de visitantes a la región por vía terrestre, marítima y aérea. El *Cross Border Express* representa una ventaja competitiva para el incremento de turistas internacionales.

Prospectiva de necesidades y problemáticas sociales

Se entiende como problema o necesidad social una situación negativa que impide el desarrollo o el progreso de una comunidad o uno de sus sectores. Es una situación que debe ser transformada en un estado positivo, donde, es deseable que el programa educativo que se analiza contribuya al análisis de causas, consecuencias y que, el estudiante forme la competencia para identificar, diagnosticar y formular soluciones a estos retos sociales que enfrentará en el sector de injerencia (OMT, 2018).

Por lo tanto, en este apartado se presentan los problemas y necesidades sociales derivados o que se vinculan al sector turístico. Se toma como referente internacional los Objetivos del Turismo Sustentable y, a partir de éstos se identifican las problemáticas y necesidades sociales en el país y en la región (OMT, 2018).

Se entiende como turismo sustentable a aquel que toma en cuenta sus impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, atendiendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida (OMT, 2018).

De manera específica, se espera que el turismo contribuya a lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). De acuerdo a la Agenda 2030 y los Objetivos del Desarrollo Sostenible ONU, 2018, se presenta el análisis de la problemática social en Baja California. (Ver tabla 2)

Tabla 2. *Problemática social en Baja California basados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible*

OBJETIVOS DEL DS	PROBLEMÁTICA SOCIAL
1. Acabar con la pobreza en todas sus formas en todas partes.	Pobreza.
2. Acabar con el hambre, lograr la seguridad alimentaria y la nutrición, promover la agricultura sostenible.	Desnutrición. Ingresos insuficientes en zonas rurales. Dependencia alimentaria del extranjero.
3. Garantizar vidas saludables y promover el bienestar para todas las	Personas sin acceso a servicios de salud. Turismo sexual.

edades.	Trabajadores en condición de riesgo. Visitantes sin acceso a servicios médicos.
4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover el aprendizaje a lo largo de toda la vida.	Discriminación en trato o condiciones específicas a grupos vulnerables en el sector turístico. Inadecuadas condiciones de accesibilidad arquitectónica para personas con discapacidad.
5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y chicas.	Techo de cristal en el sector turístico para la mujer. Mayor cantidad de hombres trabajando en el sector. Salarios diferenciados para hombres y mujeres en el sector.
6. Asegurar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.	Baja disponibilidad de agua. Alto costo del agua. Contaminación de distinto tipo y de diversas fuentes vinculadas al sector turístico. Contaminación de playas.
7. Garantizar el acceso a precios asequibles, fiables y sostenibles.	Alta emisión de partículas de efecto invernadero por transporte, energía y luz.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.	Empleos informales en el sector. Empleos en condición de riesgo en el sector.
9. Crear infraestructura resistente, promover una industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	Infraestructura en riesgo por el incremento del nivel del mar ante un escenario de cambio climático. Alta tasa de cambio de uso de suelo por construcción de infraestructura turística.
10. Reducir la desigualdad dentro y entre los países.	Presencia de gentrificación en centros urbanos. Incremento de la marginación en zonas periurbanas. Incremento de la marginación en zonas rurales.
11. Hacer que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	Infraestructura urbana no accesible. Patrimonio cultural y natural no puesto en valor. Escasa inversión en infraestructura verde.
12. Asegurar patrones de	Inadecuado sistema de monitoreo de la evolución de las

producción y consumo sostenibles.	actividades turísticas desde una perspectiva integral: oferta, demanda, entorno, residentes.
13. Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus impactos.	Inexistencia de planes de gestión para disminuir la emisión de gases de efecto invernadero en las empresas del sector.
14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, mares y recursos marinos para el desarrollo sostenible.	Contaminación marina. Modificación de la línea de costa. Pérdida de humedales costeros.
15. Proteger, restaurar y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y detener la pérdida de biodiversidad.	Cambio de uso de suelo destinado a conservación.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas, brindar acceso a la justicia para todos y crear instituciones inclusivas.	Escasa participación de locales y visitantes en actividades culturales que promueven la paz y el entendimiento multicultural y religioso.
17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.	Escasa integración regional en alianzas público-privadas para promover los objetivos del DS.

Fuente: Elaboración propia, basada en Naciones Unidas, 2018.

*Análisis de necesidades sociales en el estado
(considerando los Objetivos del Milenio)*

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de acuerdo al Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo se pusieron en marcha en 2016 y se mantendrán vigentes durante los siguientes 15 años, las metas fijadas plantean esfuerzos para el 2030, por lo que se considera que, los retos vinculados a la disminución de la pobreza, bienestar, disminución de riesgo por desastres naturales, igualdad económica y la convivencia pacífica son los ejes que representan la prospectiva de las necesidades sociales, ya caracterizadas en los párrafos anteriores (PNUD, 2018).

- ODS1. El estado de Baja California presenta condiciones de pobreza y alto diferencial en salarios. De acuerdo al Consejo Nacional de la Evaluación de la

Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2014) Baja California presenta una población de 28.6% en condiciones de pobreza multidimensional, correspondiendo un total de 984 mil 900 habitantes, de los cuales 879 mil 400 presentaban pobreza moderada, esto es un 25.5%, y 105 mil 500 (3.1%) estaban en pobreza extrema. Respecto al alto diferencial en salarios e ingresos, al ser una región fronteriza con Estados Unidos, genera una alta disparidad en las bases salariales y encontrarse dolarizada la economía. Mientras que el salario mínimo en el sector manufacturero ronda los \$1,600 pesos a la semana, una persona en San Diego, California gana lo equivalente a \$10,483 (12 dólares la hora, jornada de 8 horas, por 6 días de trabajo) (Díaz Bautista, 2018). Este diferencial genera distorsiones en el mercado local, afectando a los que ganan en pesos.

- ODS2. La entidad federativa presenta condiciones de desnutrición, inseguridad alimentaria y exceso de peso; además de cambio de uso de suelo agrícola a servicios, y agricultura intensiva. Baja California se encuentra en el lugar número 19 entre las entidades con mayor prevalencia de inseguridad alimentaria en el ámbito nacional, esto debido a que siete de cada 10 hogares se encuentran en alguna categoría de inseguridad alimentaria (PEDBC, 2015). Arriba del 11% de los menores de cinco años de edad residentes en localidades urbanas del Estado tienen sobrepeso, cifra que se ubica arriba del promedio nacional de 9.7%. Los resultados de medición de peso y talla entre niños escolares (entre cinco y 11 años), mostraron que 42% presentan exceso de peso, en cuanto a los adolescentes se observó que 41 de cada 100 sufren de sobrepeso y, por último, el sobrepeso y la obesidad es un problema de salud pública, que afecta a siete de cada 10 hombres y mujeres mayores de 10 años. Cifra muy similar a la que se presenta a nivel nacional (PEDBC, 2015). La región presenta también altas tasas de cambio de uso de suelo agrícola para uso habitacional, turística y comercial (IMIP, 2009).
- ODS3. Respecto a la salud y bienestar, se encuentran problemas generales y otros vinculados directamente a la actividad turística, por ejemplo, el no acceso universal de salud en la población; respecto a los derivados a la actividad

turística, se destaca el turismo sexual vinculado a la trata de personas y al turismo sexual infantil (PGJE, 2019; Asociación Unidos contra la Trata, 2017). A pesar de que el Seguro Popular logró un proceso de afiliación alto, como mecanismo para proveer de acceso de servicios de salud a toda la población, esta afiliación no asegura el acceso efectivo a los mismos. Considerando que en Baja California los servicios de salud están dolarizados, representa una problemática relevante a considerar (CONEVAL, 2018). En otro orden de ideas, destaca la necesidad de que los Gestores Turísticos sean conscientes y desarrollen estrategias para disminuir el turismo sexual infantil y el vinculado a la trata de personas. La región fronteriza es lugar de origen, tránsito y destino de víctimas de trata de personas con fines de explotación sexual (PGJE, 2019); el caso más alarmante es el turismo sexual infantil, donde Tijuana ocupa el segundo lugar a nivel mundial en este delito, después de Tailandia, estimándose que al menos 50 mil niños son prostituidos en la frontera México-Estados Unidos (Asociación Unidos contra la Trata, 2017).

- ODS4. Los actos de discriminación por homofobia, las barreras arquitectónicas y de percepción sobre personas con discapacidad, evidencian retos para mejorar la educación inclusiva. En México se estima que entre 2013 y 2017 se cometieron al menos 381 crímenes de odio contra la comunidad LGBTTTIQ (Lesbiana, Gay, Bisexual, Transgénero, Transexual, Travesti, Intersexual, *Queer*), de los cuales, al menos siete sucedieron en Baja California (Brito, 2018); que a pesar de solo significar el 1.84%, en el ámbito del turismo es muy relevante a partir de la magnificación que dichos sucesos sufren en esta esfera de la economía. Otra sección vulnerable de la población cuya integración a las actividades culturales, recreativas, de ocio y turísticas representan un reto institucional, son las personas con discapacidad. Se estima que en Baja California existen al menos 6.8% de la población con alguna discapacidad e igual que en el territorio nacional (INEGI, 2012). Para lograr la inclusión de esta comunidad, es necesario el diseño arquitectónico universal y la concienciación en atención a la cadena de valor de la actividad turística en la prestación de servicios inclusivos. También un reto en este sentido es la incorporación de las personas con discapacidad a la base laboral del sector turístico. Según

estimaciones de la organización Impunidad Cero, solo el 39.1% de las PCD tienen empleo y ganan un 33.5% menos que las personas convencionales (INEGI, 2012).

- ODS5. Aún la igualdad de género no se logra, derivando en violencia de distintos tipos (emocional, física, económica y sexual) y entornos que van desde la familia, las relaciones de pareja o bien, el desarrollo profesional; también generando menos posiciones laborales para las mujeres, techos de cristal y salarios diferenciados por género. De acuerdo con la Encuesta Nacional de la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (2011), muestra que el 42.4% de las mujeres de 15 años y más, declaró haber recibido agresiones emocionales en algún momento de su actual o última relación de pareja. Los datos, aunque no recientes, sí permiten evidenciar la problemática revela una tendencia en crecimiento de la violencia contra las mujeres en la región, pasando la tasa de homicidios de mujeres entre 2005 y 2009 de 2.7 a 2009 (COPLADEBC, 2012). Tijuana, de acuerdo con el COPLADEBC, es considerada el primer municipio en materia de violencia familiar.

Se considera que el sector turístico tiene una alta integración laboral de mujeres; sin embargo, en el sector hotelero, Díaz (2017) evidencia que se presenta la dinámica de *techo de cristal*, que impide que las mujeres asciendan a altas posiciones de toma de decisiones.

- ODS6. La adecuada gestión del agua es uno de los mayores retos en la región. La península presenta baja disponibilidad de agua, derivada de los pocos cuerpos de agua superficiales y de la escasa precipitación pluvial (Gobierno del Estado de Baja California, 2018).

El crecimiento poblacional, el incremento de las actividades económicas han derivado en dos retos de gestión del agua: atender la demanda creciente y favorecer los sistemas de tratamiento de agua para evitar la contaminación (Navarro-Chaparro, Rivera y Sánchez, 2015). Así, en el estado se considera que la mayoría de los acuíferos están sobre explotados y la condición de

sequía prevalecerá a mediano plazo, lo que podría limitar el desarrollo de ciertas actividades económicas intensivas en agua. Por ejemplo, para el caso del Valle de Guadalupe, donde la actividad turística compite por recursos contra la actividad agrícola e industrial, y con la demanda de los residentes (Reyes, Olague y Verján, 2018). Adicionalmente, derivado de la sobreexplotación de los acuíferos ya presentan intrusión salina (Gobierno del Estado de Baja California, 2015).

- ODS7. Se identifican problemas vinculados a la alta emisión de contaminantes de efecto invernadero, transporte obsoleto e infraestructura e imagen urbana inadecuada. Muñoz y Vázquez (2012) inventariaron la emisión de Gases de Efecto Invernadero para Baja California y encontraron que el sector energético aporta el 76% de las emisiones, de las cuales el transporte contribuye con 59%, seguido de 29% de la generación de electricidad, un 6% se atribuye al sector residencial y el 6% restante está dividido en el uso de combustibles en el sector industrial, el agrícola y el comercial y servicios. De acuerdo con la Dirección Municipal de Transporte Público de Tijuana (2018), el 67% de las unidades de transporte tienen una antigüedad mayor a los 10 años, 8,934 son modelo 2008 o anterior (Hernández, 2018).

El sector turístico contribuye de manera sustancial a la emisión de gases de efecto invernadero (GEI) derivados de la naturaleza de los traslados por distintos medios. A nivel mundial la actividad representa el 8% de las emisiones totales y si se considera que el turismo se incrementará un 40% para el 2025, el impacto podría ser del 40% de la totalidad (OMT, 2017).

- ODS8. Un reto por librar en términos de procurar el crecimiento económico sostenido, empleo y trabajo decente para todos, destaca la informalidad en las empresas y la alta rotación de personal en posiciones operativas del sector hotelero.

Según el Consejo Coordinador Empresarial (2016), existen posiciones laborales en distintos sectores que no han sido cubiertas debido a que los

trabajadores potenciales prefieren iniciar negocios en la informalidad. El INEGI (2015) estimó que la tasa de informalidad en Baja California ronda el 40% de la población. En el sector turístico, específicamente en el sector hotelero, se tiene una alta rotación de personal en posiciones operativas, principalmente (cercanas al 60%) (Com.per, 2018).

- ODS9. Respecto a este objetivo se identifican problemáticas potenciales de riesgo a la infraestructura que se encuentra en la línea de costa ante un escenario de incremento de nivel del agua de agua del océano derivado del cambio climático; también se observa una alta tasa de cambio de uso de suelo a causa del incremento de la demanda de desarrollos turísticos inmobiliarios. En este mismo rubro destaca la construcción de edificaciones inclusivas. La región de manera natural, por su clima mediterráneo no presenta fenómenos de este tipo; sin embargo, en los próximos años podrían presentarse ante el incremento de la temperatura del agua, en la región del sur del estado. En el Alto Golfo de California se puede presentar pérdida de biodiversidad y extensiones de playa, provocando erosión costera en ambos lados de la península (Ezcurra, 2012).

Desde 2009 se hizo evidente el incremento en la demanda de cambio de uso de suelo principalmente para uso comercial, habitacional y turístico. Se reconoce que el paisaje en la línea de costa del corredor Tijuana-Rosarito-Ensenada tiene potencial para uso recreativo, sin embargo, está amenazado por la construcción de desarrollos inmobiliarios turísticos (IMIPENS, 2009).

Respecto a la infraestructura con diseño arquitectónico universal, se requiere trabajar para ofrecer espacios inclusivos a los residentes con alguna discapacidad y convertir a la región en un destino turístico. El Gobierno del Estado de Baja California reconoce que un número importante de personas con discapacidad, padecen serios problemas para transitar por la vía pública, para lograr el acceso a edificios, centros de reunión, instalaciones comerciales, culturales, deportivas, recreativas y turísticas, este conjunto de barreras limitan la integración de las personas con discapacidad orillándolos a la marginación y

limitándolos en la equidad de oportunidades para acceder al desarrollo (COPLADEBC, 2015).

- ODS10. En este objetivo se identifican como problemas sociales específicos la gentrificación de los centros urbanos, el incremento de la marginación en zonas periurbanas y rurales. La gentrificación, si bien permite la regeneración de la imagen urbana, desplaza a los residentes originales, afectando la memoria colectiva de las zonas (Alegría, 2015).

Respecto a la marginación en zonas peri-urbanas en Tijuana, las diversidades del relieve dificultan e incrementan los costos de prestación de servicios públicos. Se estima que en este municipio en el 64% de su superficie no tienen acceso a la red de drenaje municipal, incrementando la marginación derivado de la inadecuada prestación de servicios de este orden (IMTA-SEMARNAT, 2015). De la marginación en zonas rurales, el gobierno federal declaró a 47 poblados y zonas rurales de Baja California como zonas de atención social prioritarias de atención debido a las condiciones de marginación en las que se encuentran (Martínez, 2019).

- ODS11. En las ciudades de la entidad hay un rezago en la infraestructura accesible, patrimonio cultural y natural no puesto en valor y una escasa inversión en infraestructura verde, así como una percepción de violencia en incremento. La Comisión de los Derechos Humanos del Estado de Baja California emitió en 2017 una recomendación al gobierno estatal por violaciones a los derechos humanos de las personas con discapacidad, específicamente por no garantizar la libre movilidad en espacios públicos, edificaciones y transporte (CEDHBC, 2017). Respecto al desarrollo de infraestructura verde, en las ciudades de la entidad se tiene un área de oportunidad. Por mencionar un ejemplo, en los parques que opera el Sistema de Parques Municipales de Tijuana (SIMPAT) no existe una red de reutilización de agua morada; sistemas de captación de agua, techos verdes, entre otros (COM.PER, 2018). En la península se reconoce el potencial turístico derivado

del patrimonio natural, social y cultural, que es necesario poner en valor a través del desarrollo de producto turístico y recreativo (Santana, 2018).

- ODS12. Para asegurar patrones de consumo y producción sostenible se requiere la generación de información de manera sistematizada, pertinente e integral. En el caso de evolución de la actividad turística no se cuenta con la información suficiente. Para mitigar o reducir las externalidades negativas de la actividad turística, se requiere el diseño e implementación de un sistema de monitoreo y evolución de la actividad turística desarrollado de manera integral que incorpore indicadores de la oferta, demanda, entorno, mercado laboral y residentes. Si bien se cuenta con información cuantitativa en la Cuenta Satélite de la Actividad Turística y en el Observatorio Turístico de Baja California, no contempla indicadores cualitativos o bien, no está actualizado (OTBC no se actualiza desde 2015).
- ODS13. El grado de desarrollo de la actividad turística aún no permite la elaboración de planes de gestión para disminuir la emisión de gas de invernadero en las empresas del sector. El turismo mundial se ha consolidado como una de las industrias más contaminantes: representa el 8% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero, de las que el 12% corresponden a los viajes aéreos. El impacto del turismo crecerá hasta el 40% en 2025 si no se cambian las políticas y los hábitos. En materia turística, el gobierno federal elaboró una guía para la elaboración de acciones de alto impacto en la materia (SECTUR, 2014), donde se presentan las pautas para la implementación de estrategias bajo un sistema de gestión que contribuyan a la mitigación y adaptación al cambio climático.
- ODS14. La región al ser peninsular presenta retos para disminuir la contaminación marina, evitar la modificación de la línea de costa, la pérdida de humedales costeros. Los escurrimientos derivados de un inadecuado servicio de drenaje, descargas clandestinas, aguas residuales que sobrepasan los estándares de la normativa y la inadecuada cultura de gestión de residuos no

biodegradables, han contribuido al incremento de contaminantes en ambas líneas de costa (Gobierno del Estado de Baja California, 2015).

La actividad turística de bajo impacto contribuye a la conservación de las características naturales. Respecto a la pérdida de humedales costeros, estos ecosistemas han sido los que presentan una de las tasas más altas de pérdida (67% a nivel nacional); mientras que en Baja California se estima que se ha perdido el 71% de éstos (Landgrave y Moreno-Casasola, 2012).

- ODS15. La región presenta presión para conservar, proteger y restaurar los ecosistemas terrestres y detener la pérdida de biodiversidad. La demanda de material pétreo para la construcción y la decoración contribuye a la pérdida de vegetación y desplazamiento de fauna. La actividad turística tradicional también contribuye a esta presión (Gobierno del Estado de Baja California, 2015).
- ODS16. Históricamente, Tijuana ha sido considerada como una ciudad violenta afectando la percepción de los visitantes y centrando el interés de la ciudad en aspectos negativos, lo que contribuye a la desvalorización de la multidiversidad cultural, religiosa derivada de procesos migratorios. Como varias de las ciudades fronterizas con Estados Unidos, en el caso particular de Tijuana, es reconocida como la ciudad más violenta del mundo en 2018, al tener una tasa de 138.26 homicidios por cada 100,000 habitantes (El Sol de México, 2019).

De acuerdo con Sánchez (2019), la actividad policial se ha concentrado en el intento de desarticular las redes del crimen organizado, dejando de lado las acciones de prevención.

- ODS17. La región podría fortalecer las alianzas para la sustentabilidad a través del incremento de integración transfronteriza en alianzas público-privadas para la solución de problemas en común, donde las Instituciones de Educación Superior podrían jugar un rol estratégico. La integración transfronteriza es un tema pendiente. La interacción entre universidades de México y Estados

Unidos en la región Baja California-California es relativamente baja para ser una región fronteriza y obedece más bien a un flujo intermitente, por ejemplo, ésta se había visto afectada por la percepción negativa de violencia e inseguridad para la ciudad de Tijuana.

En el caso de la Universidad Autónoma de Baja California, Rocha y Ocegueda (2014) encontraron que existe poco vínculo entre la UABC y las instituciones de educación superior de California; y declararon que las estrategias de internacionalización implementadas por las universidades en México obedecen a procesos de globalización. Sin embargo, esta tendencia continua, a pesar de las recomendaciones como parte de los procesos de acreditación considerando el entorno fronterizo. Según mencionan Reyes, Verján, Lobo y Olague (2018), existen limitantes para la vinculación entre las universidades. Desde el diseño del programa educativo, se ha contribuido a cerrar esta brecha con la materia homologada Manejo Integral para un Turismo Sustentable, que contribuye a la comprensión de la dinámica fronteriza, los problemas y los retos comunes.

A partir de los Objetivos de Desarrollo sostenible se hacen evidentes los retos vinculados a la disminución de la pobreza, bienestar, disminución de riesgo por desastres naturales, igualdad económica y la convivencia pacífica son los ejes que representan la prospectiva de las necesidades sociales, ya caracterizadas en los párrafos anteriores (PNUD, 2018).

1.1.4 Conclusión

Como resultado del análisis del contexto geográfico, demográfico social, cultural, económico, político, internacional, nacional y estatal, así como las necesidades sociales de la región se considera que el programa de estudios debe permitir la formación de competencias para identificar problemas sociales, económicos y ambientales vinculados a la actividad turística, analizando magnitud, causas y consecuencias, para desarrollar y gestionar sistemas multidisciplinarios aplicables a las empresas del sector turístico, que promuevan el cumplimiento de los ODS, tales como sistemas de gestión de la sustentabilidad, responsabilidad social o inclusión y

contribuir desde el diseño y la comercialización de producto turístico sustentable a la puesta en valor del patrimonio cultural y natural de la región, generando beneficios a las comunidades locales y contribuir desde la perspectiva de innovación social hacia la búsqueda de soluciones a problemas reales que incidan o se vinculan a la actividad turística. Además, de continuar con la construcción de acciones trasfronterizas en el eje de la sustentabilidad, en beneficio de la integración y comprensión regional.

1.2 Análisis del Mercado Laboral

El objetivo del presente apartado es describir y analizar las necesidades y problemáticas actuales y futuras del mercado laboral a nivel global, nacional, regional y estatal, que atenderá el egresado del programa educativo Licenciado en Gestión Turística, para su construcción se realizó a) una investigación documental y b) una investigación empírica.

a) Investigación documental

1.2.1 Objetivo

Describir y analizar e mercado laboral actual y futuro donde se insertará el egresado del programa educativo Licenciado en Gestión Turística.

1.2.2 Método

El método de investigación utilizado fue a través de la búsqueda y análisis de información documental.

La investigación documental contempló el análisis de documentos informes de gobierno, reportes oficiales de la actividad turística, los Planes Nacionales de Desarrollo 2007-2012 y 2013-2018, así como los Programas Sectoriales de Turismo derivados de éstos. A partir de la revisión documental realizada, se encontraron elementos que caracterizan el mercado actual y futuro del sector turístico, de manera generalizada en un contexto nacional. Se destacan las transformaciones y el incremento en la actividad en los últimos seis años.

1.2.3 Resultados

Descripción del mercado laboral

A nivel global, de acuerdo con la OMT (2019), en 2018, la actividad turística mundial representó 1,401 millones de turistas internacionales (con un crecimiento del 5%, respecto al año anterior, manteniendo por noveno año un aumento sostenido), generó 1.7 billones de dólares de Estados Unidos (4% más que en 2017), ocupando el tercer lugar en exportaciones mundiales, sólo superado por los productos químicos y combustibles, empero el turismo supera a la industria automotriz y a los alimentos. Aporta el 13.6% del PIB mundial (3.6% de aumento contra 2017), sin embargo la The World Travel & Tourism Council (WTTC, 2019) reporta un crecimiento del PIB turístico de 3.9% contrastándolo con 3.2% de crecimiento del PIB total de la economía mundial, siendo el PIB turístico el segundo en crecimiento sólo por debajo del PIB generado por la industria manufacturera que fue de 4%, de esa manera, el PIB turístico supera a la construcción (3.4%), comercio al mayoreo y menudeo (3.3%), salud (3.1%), agricultura (1.8%) y comunicaciones (1.7%), el PIB turístico del 2018 ha superado a la economía mundial por ocho años consecutivos.

En cuanto al empleo la WTTC (2019), identifica que uno de cada diez empleos los genera el turismo, siendo en 2018, la cantidad de 318'811,000 empleos (10% del empleo total) resaltando que uno de cada cinco nuevos empleos en el planeta los generó ésta actividad en los últimos cinco años, citándolo como un motor dinámico de oportunidades, particularmente para las mujeres, los jóvenes y otros grupos de la sociedad, a menudo marginados, la WTTC (2019) pronostica un incremento de 2.9% para 2019, para 2029 estima 420'659,000 empleos (11.7% del empleo total).

La tendencia para el crecimiento del turismo ha sido impulsado por el tráfico aéreo internacional de pasajeros, en 2018 creció un 6% debido a precios estables en combustible, tarifas bajas, mayor conectividad y mejora en la facilitación de visados, también el turismo se ha visto fortalecido y transformado por la aplicación de las tecnologías, como la inteligencia artificial, desde asistentes virtuales para compañías que ofrecen al turista experiencias hiperpersonalizadas y mejora en el rendimiento de las empresas, así como el crecimiento a nivel mundial de la clase media en las economías emergentes. También los turistas presentan tendencias en sus viajes:

Buscan lo auténtico, experimentar como viven los locales; viajan para compartir sus experiencias y momentos en Instagram; buscan tener una vida saludable, a través del turismo de bienestar y deportivo; viajan solos y viajes multigeneracionales como resultado de hogares de solteros y el envejecimiento de la población y aumento en la sensibilización sobre la sustentabilidad en cuanto a cero residuos de plástico y cambio climático (OMT, 2019).

La (WTTC, 2019), indica que el 28.8% de los viajes y turismo lo origina el mercado internacional mientras que el 71.2% lo origina el mercado doméstico, de ello, el 78.5% viaja por ocio, entretanto el 25% se desplaza por motivos de negocio

Cabe mencionar que de acuerdo a la (OMT, 2019), en 2018 diez países recibieron el 40% de las llegadas internacionales de turistas, por orden de importancia se encuentran: Francia (89 millones), España (83 millones), Estados Unidos de América (80 millones), China (63 millones), Italia (62 millones), Turquía (46 millones), México (41 millones), Alemania (39 millones), Tailandia (38 millones) y Reino Unido (38 millones).

En México, en 2018 la OMT reportó, 41 millones de llegadas de turistas internacionales, colocando al país en el séptimo lugar, manteniéndose el país por décadas en los *top ten* de la preferencia de los turistas, siendo el número uno de América Latina y el segundo en el continente americano sólo superado por los Estados Unidos de América. Del año 2010 al 2017, las llegadas internacionales crecieron un 68.69% (2010: 23,291 millones de turistas, contra 2017: 39,291), el 2018 con 41,447 millones, creció un 5.48% en relación con el año anterior, siendo el tercer país con mayor crecimiento, sólo superado por Turquía, Italia y Tailandia. Sin embargo, dichas cifras no incluyen al total de visitantes internacionales, que de acuerdo a DATATUR en 2018 ascendió a 96.5 millones entre visitantes que pernoctan por lo menos una noche en nuestro país, a los que regularmente se le conoce como turistas (42.8%) y los excursionistas (57.2%) quienes sólo permanecen en el país por algunas horas como lo hacen los visitantes fronterizos y los pasajeros en cruceros que bajan en los puertos. A lo anterior falta añadir al turismo doméstico, es decir el turista nacional que viaja dentro de su propio país.

Según datos de Miguel Torruco Marqués, Secretario de Turismo del Gobierno de México, el mercado doméstico es “vital para la industria turística, representa el 80% del consumo turístico nacional, con un volumen de 252 millones de viajeros en 2018, de los cuales 99.5 millones se hospedaron en hotel, generando una derrama de 240 mil millones de pesos” (SECTUR, 2019) y agrega en “materia hotelera, al cierre de 2019 se construirán 22,000 habitaciones, incrementando a 833,900 cuartos, 2.5% más que en 2018. La cantidad de establecimiento de hospedaje llegará a los 22,230, 1.9% más, ubicará a México en la séptima posición mundial en infraestructura hotelera” (SECTUR, 2019). Otra opción de alojamiento lo es Airbnb, de acuerdo a su plataforma de hospedaje “el crecimiento de la demanda de los turistas mexicanos para viajar dentro de México aumentó 132% entre 2017 y 2018, durante 2018 se hospedaron un total de 5 millones de personas de las cuales unos 3 millones fueron residentes del país” (Sotelo, 2019).

En ingresos por divisas se sitúa en el dieciseisavo lugar con 22,510 millones de dólares, aumentando 5.5% comparado con 2017. En cuanto al PIB nacional, de acuerdo a DATATUR (2018), en 2017 el sector turístico aportó el 8.8%, mientras que el (WTTC, 2019) publicó que los viajes y el turismo en 2018, México contribuye con el 17.2% al total de la economía con un crecimiento de 2.4%. Sobre el empleo, el (INEGI 2019) en su Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) al tercer trimestre de 2019 revela que la población ocupada en el sector turismo fue de 4'379,000 de empleos directos, lo que representó el 8.8% del empleo total del país, respecto al mismo periodo de 2018 aumentó 5.7%, superando al empleo nacional que alcanzó solamente un 2.1%. Al respecto la (WTTC, 2019) refiere para 2018 la cifra de 9'463,500 incluyendo los empleos directos e indirectos, significó el 17.8% del empleo total del país y prevé 12'191,300 para 2029 (28.82% de crecimiento).

Como consecuencia de lo anterior, el mercado internacional consume el 15%, entretanto el 85% corresponde al mercado doméstico, el 94% gasta por motivos de ocio y el resto por negocios (WTTC, 2019). Con el comportamiento con tendencia positiva, los destinos compiten por atraer a mayor número de turistas.

El Índice de Competitividad Turística y Viajes, mide las fortalezas y áreas de desarrollo de 140 países que representan aproximadamente el 98% del PIB mundial en viajes y turismo, con políticas que contribuyen al desarrollo sostenible del sector de los viajes y el turismo, a la competitividad de un país (ambiente favorecedor, políticas y condiciones de turismo deseables, infraestructura y la valoración de los recursos naturales y culturales), en 2019 ubica a España, Francia, Alemania, Japón, Estados Unidos, Reino Unido, Australia, Italia, Canadá y Suiza, entre los primeros diez lugares en competitividad y coloca a México en la posición 19, mejorando ocho sitios en relación a 2015 y tres sitios en relación a 2017. A nivel del continente americano, México se encuentra en el tercer lugar, los valores más bajos del índice para el país son infraestructura terrestre y portuaria, apertura internacional en cuanto a convenios comerciales en espacios aéreos abiertos y sostenibilidad ambiental, en cuanto a los valores más altos del índice, ocupa el primer lugar a nivel global por sus recursos naturales por lo que destacan sus atractivos naturales, salud e higiene, recursos culturales y viajes de negocios y competitividad de precios.

Los datos duros de la actividad turística no reportan las principales características del comportamiento del sistema turístico. En este apartado se presentan los temas que son considerados la base para la innovación y la competitividad en el sector.

Evolución y prospectiva del mercado laboral

Tradicionalmente el turismo se vincula con las actividades de sol y playa; sin embargo, en las últimas décadas ha habido un cambio en el comportamiento de los visitantes que buscan experiencias únicas, heterogéneas; hospedaje no tradicional, comida regional, así mismo el mercado laboral se ha flexibilizado permitiendo que la actividad turística pierda su estacionalidad característica (Bonilla, 2013; Kiral'ova, 2014; Rangel, 2014). Esta diversificación complica la recolección de información de la derrama económica y el comportamiento del consumidor para la mejora de la oferta turística.

Ante el comportamiento de la demanda diversificada existe una tendencia a la hipersegmentación, sofisticación y especialización (Kiral'ova, 2014). Estas características hacen que la estandarización del servicio tienda a adaptarse a

diversas actividades a contar con múltiples proveedores, el marketing personalizado y la rotación son los retos derivados (Sigala, 2013). Quesada (2010) propone una clasificación de este turismo especializado dividido en seis categorías: de placer o hedónico, de salud, negocios, cultural, deportivo y sostenible. Así se destacan valores intangibles de las regiones para construir productos turísticos competitivos (Rangel, 2014). Como evidencia de esta tendencia se encontró el artículo de Niezgodá y Markiewicz, (2014) relacionado con turismo de naturaleza, cultural bajo la denominación de *slow tourism* que promueve el disfrute de actividades recreativas que se disfrutan a tiempo lento, enfocándose en ello; el turismo gastronómico identificando los recursos culturales de la región y promoviendo su revalorización (Bekier-Jaworska y Bochenek, 2014; el redireccionamiento de turismo de sol y playa a turismo de negocios Seebaluck, (2015); el *turismo médico y de salud* o de *bienestar* (York, 2008; Percy y Lester, 2012). También de acuerdo a la clasificación del espacio donde se realiza la actividad turística, el *Turismo rural* y el urbano surgen como alternativas de esparcimiento (Selin y Tolga, 2013; Simon y Vartolomei, 2014).

La aparición de líneas de bajo costo y el transporte colaborativo son factores que incrementan el flujo de turistas, haciendo accesible los viajes a una población mayor de menor ingreso Bonilla (2013). En Europa el tren de alta velocidad permite la interconexión entre destinos. Así mismo, los esquemas de transporte compartido o colaborativo representan un reto para las agencias tradicionales. *Uber* y *BlaBlaCar* son ejemplos de esta tendencia.

Las tecnologías de la información han modificado los esquemas de promoción, acercando a través de las experiencias de otros visitantes al destino, centralizando el poder de las Agencias de Viaje Online (OTA) y hasta generando turismo virtual (Bonilla, 2013; Vieira Vasconcelos, 2013).

El turista es consciente del impacto ambiental de sus acciones. La sustentabilidad se incorpora a la actividad turística de tres maneras: (1) el turismo de naturaleza y la conservación de los sitios naturales para el disfrute de los servicios culturales y recreativos; (2) la disminución del impacto ambiental y el respeto de la capacidad de

carga del sitio en los servicios de soporte turísticos: la compensación por emisión de huellas de carbono en la transportación turística, la demanda de comida elaborada en restaurantes a partir de productos regionales; y (3) la demanda de eventos que disminuyan el uso de materiales no biodegradables, no degraden el ambiente. La actividad turística, es vista como un mecanismo de conservación ambiental (Ramos y Fernández, 2013). Para Valkova (2014), uno de los retos del turismo actual es ser accesible para todas las personas de diferentes edades, habilidades, intereses, límites, incluyendo las personas con discapacidad.

En México, el sector turístico presenta gran un dinamismo y crecimiento de la demanda. En el 2017, llegaron 39.3 millones de turistas internacionales; equivalentes a una derrama económica de 21 mil 333 millones de dólares (12% de crecimiento respecto al año anterior). El turismo interno contabilizó 58 millones 901 mil turistas hospedados, que representa el 73.9% de la ocupación hotelera (DATATUR, 2018). Así mismo representó en el 2016 el 8.7% del PIB. De esto, la mayor contribución se encuentra en la prestación de servicios de alojamiento, transporte y restaurantes (INEGI, 2018). Así, se muestra la variación porcentual bruta del PIB en términos nominales del PIB turístico, dividido por bienes y servicios. La mayor contribución al PIB se observa en servicios de alojamiento para visitantes, transporte y restaurantes (Ver tabla 3).

Tabla 3. Participación del PIB en servicios turísticos

Concepto	2016	2017	variación porcentual
Total del país	17'024,456	17'363,660	2.0
Total turístico	1'481,626	1'525,025	2.9
Bienes	153, 557	147,375	(-) 4
Artesanías y otros bienes	153, 557	147,375	(-) 4
Servicios	1'328,069	1'377,650	3.7
Transporte de pasajeros	296,950	304,262	2.5
Restaurantes, bares y centros nocturnos.	215,937	222,961	3.3
Alojamiento para visitantes	430,180	446,355	3.8
Agencias de viajes y otros servicios de reserva	10,701	10,992	2.7
Comercio Turístico	111,395	114,511	2.8

Servicios culturales.	13,126	13,408	2.1
Servicios deportivos y recreativos	16,782	17,105	1.9
Otros servicios	232,998	248,055	6.5

Fuente: Elaboración, con base en SECTUR, 2018.

En 2016, el sector turístico generó 2.3 millones de puestos de trabajo, que representan el 5.9% del total en el país, de los cuales el 25% corresponde a transporte de pasajeros, 3.4% en bienes y artesanías, 3.8% comercio, 9% alojamiento y 2.5 % de servicios deportivos y recreativos, 1.9% servicios culturales, .9% agencias de viajes y 24.5% en otros servicios (SECTUR, 2017).

En 2017 las actividades relacionadas con el turismo generaron aproximadamente 2.3 millones de puestos de trabajo ocupados remunerados (1.0% más que en 2016), lo que representó el 5.9% del total de ocupaciones remuneradas en el país (SECTUR, 2018). Se considera que esta tendencia se mantendrá positiva considerando las fortalezas de la actividad turística en México: ubicación, clima, riqueza y patrimonio natural y cultural privilegiados en litorales, sitios arqueológicos, áreas naturales protegidas, ciudades cosmopolitas; existencia de centros turísticos integralmente planificados, inversión pública y privada en el sector, oferta de alojamiento de cuatro y cinco estrellas; adecuada conectividad aérea, accesos y procesos migratorios que facilitan la llegada de visitantes internacionales, entre otros factores (PLANADE, 2013).

En lo general, el sector turístico tiene identificadas necesidades puntuales: satisfacer la demanda hipersegmentada (turismo tradicional, naturaleza y ecoturismo; paraísos indígenas, zonas arqueológicas, gastronomía, bienestar y salud, negocios, bodas, reuniones, eventos, náutico, cruceros, etc.); la comercialización de valor agregado a los recursos turísticos, la adaptación e innovación a las nuevas tendencias de transporte y promoción turística; la incorporación de tecnologías al proceso de compra-venta, entre otros aspectos. De las problemáticas, de acuerdo con las revisiones de los planes nacionales y la evidencia empírica se encontraron las siguientes: a) las vinculadas al entorno (la inseguridad y percepción de violencia en el país y en centros turísticos, sobreexplotación y deterioro de los recursos naturales, vulnerabilidad al cambio climático, deterioro o escasa valoración del

patrimonio cultural) b) vinculadas a la cadena de valor de la actividad turística (escasa incorporación de las comunidades locales, desarticulación de la cadena de valor, incipiente aprovechamiento del mercado interno, inadecuado desarrollo de servicios turísticos que incide en productos de bajo valor agregado e informalidad de empresas restauranteras y de alojamiento) y c) las vinculadas a las empresas (inadecuado financiamiento a proyectos, inadecuada profesionalización del personal) (Programa Sectorial de Turismo, 2007; 2013).

En Baja California, la oferta turística es relevante. De los 21,967 establecimientos de hotel reportados en 2017, a nivel nacional, se cuentan con 678, ocupando el décimosegundo lugar; sin embargo, por número de cuartos, se ocupa el sexto lugar con 31,046. En restaurantes y cafeterías, la cuenta satélite de turismo reporta 733 unidades de negocio de las 61,815 existentes a nivel nacional; respecto a bares y centros nocturnos se tienen 201 de los 16,074 registrados; cuenta con una importante cantidad de guías de turistas (635 de las 3,964). Finalmente se reportaron 15 empresas arrendadoras de autos y cuatro recintos para convenciones (de 1,333 y 886 totales, respectivamente).

b) Investigación empírica

1.2.4 Objetivo

Determinar las problemáticas y necesidades del mercado laboral y los requerimientos en términos del perfil que debe tener el egresado del programa educativo Licenciado en Gestión Turística.

1.2.5 Método

Para caracterizar el mercado regional, actual y futuro, en el que se insertará el egresado del programa educativo, se trabajó con fuentes de información primaria, realizándose tres grupos focales. Se entiende por grupo focal a la técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semi-estructurada, la cual gira a alrededor de una temática propuesta por el moderador; su objetivo es que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes; tienen multiplicidad de miradas y procesos dentro del contexto del grupo. El número de participantes va de 6 a 10, pretende recabar experiencias, tiene un alto nivel de

influencia en el grupo es poco estructurado, con medio nivel de profundidad (Escobar y Bonilla Jiménez, 2017).

En el caso de Tijuana, se contó con la participación de seis personas en un primer grupo y diez en el segundo, integrado por directivos de diferentes actividades económicas como hotelería, industria restaurantera, tour operadores, agencias de viajes, organizadores de eventos y organismos de gobierno. En este punto se encuentra actualmente el campo profesional actual y a futuro que es y será atendido por el programa educativo Licenciado en Gestión Turística se define por la gama de establecimientos que componen tanto el sistema turístico del estado y del país, así como de las empresas vinculadas a la cadena de valor de la actividad turística, como de la planta turística local y regional, que para el caso de Baja California se compone de hasta 1,169 establecimientos, de acuerdo con (DATATUR, 2017) misma que se estima en aumento por las condiciones actuales de la economía nacional y de la demanda turística tradicional, (ver tabla 4)

Tabla 4. Empresas vinculadas a la Actividad Turística en Baja California

Representantes CVAT	Tijuana	Mexicali	Ensenada
Hotelería	279	130	170
Restaurantes	680	518	234
Tour-operadoras	9	0	0
Agencias de viajes	126	25	15
Eventos	56	17	20
Gobierno	2	2	2
Transporte	5	5	1
Empresas de recreación	9	9	1
Empresas de turismo especializado	3	2	2
Totales:	1,169	708	445

Fuente: Elaboración propia, con base en DATATUR, 2017.

En el caso de Mexicali, se realizó una entrevista grupal guiada, que es un tipo particular de la técnica grupo focal. En el ejercicio se contó con 15 representantes de diferentes sectores público y privado, de esa manera el sector turismo gubernamental estatal y municipal estuvo presente, por el lado empresarial, participaron diversos hoteles, agencia de viajes, y empresas de eventos. Los tres se

realizaron en el periodo 2017-2. Se desarrolló un guion en común donde se solicitó a los participantes que externaran sus puntos de vista y juicios de valor. (Ver anexo 2)

Considerando ambas las sedes en Tijuana y Mexicali participaron 21 empleadores en total.

1.2.6 Resultados

La investigación empírica permitió recuperar expresiones de los empleadores relacionadas con la situación laboral y demandas hacia el programa educativo. También se determinó un muestreo por conveniencia, en donde las empresas participantes se eligieron a partir de seis criterios:

1. Vinculación.
2. Desempeño
3. Pertinencia
4. Congruencia
5. Plan de carrera en la empresa, y
6. Prospectiva.

Cada facultad concentró la información derivada de sus grupos focales. Mediante una tabla en la que se concentraron los datos recurrentes para así, estar en condiciones de elaborar un reporte que mostrara los resultados obtenidos.

Vinculación

Respecto al vínculo que tiene la universidad con el sector privado, se da a través del programa de prácticas profesionales, donde las empresas brindan la oportunidad a los estudiantes para aplicar parte de sus conocimientos adquiridos durante la carrera, asimismo se da la vinculación a través del seguimiento de egresados.

Los participantes del sector turístico de Tijuana y Mexicali expresan haber tenido o tener practicantes de Gestión Turística en sus empresas y organismos, todos ellos están relacionados al turismo. Sobre las experiencias que han tenido con los estudiantes en sus prácticas profesionales, declaran que han sido buenas, y algunas

con áreas de oportunidad, ya que las prácticas han servido para que los estudiantes se desarrollen en diversas áreas y se den cuenta del abanico de oportunidades que hay en áreas como capacitación, muestran interés por los logros que pueden alcanzar, algunos se toman el tiempo de platicar para descubrir sus fortalezas y debilidades. Por ejemplo, el testimonio del participante 1, quien comenta:

“...Tres muchachas que estaban en recursos humanos, área administrativa, hemos tenido oportunidad de que hayan hecho sus prácticas y ahorita están en COTUCO, he tenido buenas experiencias muy buenas, tanto en servicio social como prácticas”.

Desempeño

Respecto al desempeño de los egresados del programa educativo Licenciado en Gestión Turística, los representantes de las empresas y organismos turísticos, comentan que los egresados tienen buen desempeño, buena actitud, capacidad, compromiso, trabajo en equipo, eso da buenos resultados, se enfocan a la parte comercial, ventas y mercadotecnia, algunos iniciaron por su buen desempeño al realizar prácticas profesionales, en la mayoría de los casos son contratados; cabe mencionar, que entre las experiencias positivas, se destaca que la actitud y las competencias les han dado la oportunidad de que se queden a trabajar en el área relacionada a su carrera. Ante esto, el participante número 2 comentó lo siguiente:

“... Hemos tenido las 2 experiencias afortunadamente creo que han sido más buenas, de hecho, en la estadística de departamento de ventas los egresados de turismo empezaron en la parte de la práctica y se fueron desarrollando, han estado en los departamentos de división cuartos y ama de llaves y pidió ventas han hecho un buen papel”.

Sin embargo, entre las debilidades que se encuentran en practicantes y egresados, son la falta de enfoque, falta de pensamiento analítico, poca actitud de servicio, falta de interés por actividades operativas, problemas de comunicación, carente dominio del idioma inglés, inseguridad en el servicio al cliente, poco aporte y apatía, así como, escasa experiencia en actividades turísticas.

Participantes del grupo focal coinciden en la falta de iniciativa, disponibilidad, valores y de enfoque al servicio por parte de practicantes y egresados de Gestión Turística, por lo que prefieren contratar a licenciados de otras carreras, se inclinan a contratar a personas que vienen de ciudades como Monterrey, Ciudad de México, Guadalajara y Los Ángeles, esto gracias a su dominio del idioma inglés, actitud y experiencia. Así lo expone el participante número 4:

“...lo que espero del alumnado son líderes, gente despierta, que vaya, que pregunte, que tenga respuesta, que sean muy ágiles, pequeños guerreros eso es lo que me sirve a mí, y en experiencia de información turística venían de otros lugares, otras ciudades, me encontraba gente bilingüe, gente de Los Ángeles, Monterrey, Guadalajara, Tijuana, donde la gente tiene mucho contacto con mucha gente para llevarnos a trabajar a Cancún, Vallarta”.

Por otra parte, en lo que corresponde a desempeño en comparación a otras instituciones educativas, los directivos comentan que los egresados del programa educativo de Gestión Turística de la UABC muestran más áreas de oportunidad para aprender que los estudiantes de otras carreras de la misma universidad, así como, de otras instituciones de nivel superior; además, los empleadores notan que los alumnos llegan inseguros, aunque con entusiasmo, una de las situaciones que limita al estudiante al momento de atender al cliente es la falta del hablar inglés, ya que tienen un nivel muy bajo del dominio de esta lengua.

En cuanto al desempeño comparado con otras universidades, el participante número 4 opina lo siguiente:

“... falta gente que sea seria y que se quiera comprometer y eso no es justo, porque por uno que no califique bien pueden salir mal calificados los demás, uno de los problemas que siempre hemos percibido prácticamente la imagen no nos pone a la par con otros profesionistas, no tenemos la mercadotecnia de otras instituciones porque de ahí si salen súper preparados, si no tienes la oportunidad de practicar la carrera, sales a batallarle”.

Congruencia

Los empleadores consideran que es necesario actualizar y profundizar en el contenido de las materias, también que sean más prácticas, en general se encuentra

bien el programa, aunque sería necesario incorporar nuevas materias de acuerdo a los cambios que han surgido desde el plan anterior. Esto lo expresa el participante 5:

“Hace falta preparar especializar en ciertas áreas, también de DMC, también como ecoturismo, desarrollo de producto el tema de desarrollo económico con el tema competitividad, tener bien definida esa parte que sea para alumnos”

Aunque, practicantes y egresados se han insertado en áreas de recursos humanos, agencias de viajes, servicio al cliente y ventas quienes contratan han recomendado que se inserte en el plan de estudios en mayor proporción el idioma inglés, materias de relaciones públicas y servicio al cliente, motivación y liderazgo, marketing sensorial, asimismo, que realicen viajes académicos que permitan el conocer las diferentes áreas del turismo, que se desarrollen más prácticas en organización de eventos desde su planeación, materias de creatividad y emprendimiento. Es indispensable agregar especialidades a la Licenciatura en Gestión Turística, que permita lograr un desarrollo enfocado en el egresado, como la especialidad en hotelería, en funciones administrativas, mercadotecnia, organización de eventos, Turismo de reuniones, turismo médico, gastronomía, prácticas en diferentes momentos del programa de estudios, incorporar los valores,

Pertinencia

Los empresarios y organismos de gobierno relacionados al turismo, consideran que es pertinente que el egresado se especialice en hotelería y restaurantes; mercadotecnia turística; banquetes y eventos sociales y convenciones; agencias de viajes y líneas aéreas y otras que no se graficaron como: ventas, turismo de reuniones, turismo médico, turismo gastronómico, áreas operativas, también pueden especializarse a través de un posgrado, lo que les redundaría en mayor ventaja para un egresado de la Licenciatura en gestión turística que conoce las áreas en general pero no las domina.

A continuación, se expresa la opinión del participante 2:

“Invocar la especialización de áreas de oportunidad como, relaciones públicas m turismo de reunión, médico, se podría especializar en optativas es lo más indicado”.

Plan de carrera en la empresa

Se afirma que para que los egresados construyan una carrera dentro de una organización, deben especializarse en el idioma inglés y otros idiomas, administración y finanzas, desarrollo de productos y servicios turísticos, mercadotecnia turística y recurso humanos. De igual manera, exponen que los conocimientos que exige el campo laboral incluyen la gestión y operación de alojamiento, organización de eventos y banquetes,

Prospectiva

Los participantes recomendaron acciones que promuevan la adquisición de experiencia en los estudiantes antes de egresar del plan programa de estudios. Estas recomendaciones se clasifican en 4 tópicos: maestros, alumnos, conocimientos, así como, prácticas profesionales y vinculación. Las recomendaciones se presentan en la tabla 5.

Tabla 5. *¿Qué necesita hacer la FTyM y FCA con sus alumnos o el plan de estudios para que los futuros egresados puedan cubrir esas necesidades del mercado laboral?*

MAESTROS	ESTUDIANTES
Profesores que tengan experiencia en el entorno turístico.	Manejo de inglés.
Mayor conocimiento en los maestros.	Ser responsables.
Métodos de enseñanza 60% prácticos, 20% técnicos y 20% desarrollo humano.	Tener buena disposición.
Incrementar clases prácticas.	Exigir más al candidato a ingresar.
Adecuar métodos de enseñanza prácticos, dinámicos y aplicar casos reales.	Prácticas constantes.
Visitas a negocios para tener vivencias de la realidad laboral.	Realizar más prácticas.
Asistir a más eventos prácticos.	Fomentar la interacción con prácticas profesionales.
Lo importante es reforzar valores (respeto,	Participen activamente en su formación

integridad y servicio).	
Más dinamismo, participación, solución de problemas.	Tener más presencia en las empresas.
	Tener la actitud de servicio.
	Eventos durante su carrera.
	Involucrarse en el campo.
	Más conocimiento de la región.
	Que se atrevan a hacer cambios.
	Que definan una especialidad y se enfoquen.
	Que sean competitivos.
REFORZAR CONOCIMIENTOS	
PRÁCTICAS PROFESIONALES Y VINCULACIÓN	
Primeramente incluir el idioma inglés.	Plantear más prácticas durante el proceso de la licenciatura.
Profundizar en cada área del conocimiento.	Prácticas profesionales con un objetivo específico.
Sumar turismo médico al programa.	Practique en empresas líderes en la industria.
Ajuste en información de que es una agencia de viajes.	Involucrar al sector privado de manera permanente.
Qué es un agente de viajes.	Vincularse con dependencias de gobierno para realizar estrategias de desarrollo en áreas naturales protegidas.
Qué es una carrera de turismo.	
Mayor conocimiento de lo que es turismo.	
Más conocimiento de la región.	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Desde la perspectiva de los empleadores del estado, los requerimientos del mercado laboral que los Licenciados en Gestión Turística deberán atender son:

- La coordinación de equipos de trabajo y desarrollo de procesos de gestión; contar con habilidades para el trabajo en equipo y su coordinación, incidiendo en las motivaciones de los integrantes de equipos de trabajo.

- Con respecto a la capacidad de análisis y toma de decisiones para responsabilizarse de procesos gestión- administración, de comercialización de servicios y productos turísticos con conocimiento operativo, de investigación de mercados y planeación se requiere la Incorporación y manejo de tecnologías especializadas en todos los procesos vinculados a las empresas del sector.

También se requiere un profesional que pueda comunicarse en otros idiomas, o inglés como segunda lengua a un nivel avanzado; así mismo se requiere una actitud y creatividad vinculada a la industria de la hospitalidad tales como actitud de servicio derivada de una adecuada empatía, proactivo, enfocado a resultados, cuidadoso con su imagen personal y profesional, demostrada consistencia en su desempeño.

Capacidad de emprendimiento para dar respuesta a las necesidades de integración de la cadena de valor del sector turístico, este resultado es consistente con las cinco principales actitudes que se señalaron en el estudio de egresados, en orden de importancia, la proactividad, el compromiso, la amabilidad y atención, la adaptabilidad y la responsabilidad que les demandan en los puestos de trabajo del sector turístico.

Los empleadores consideran que los colaboradores de las empresas del sector deben contar con amplio conocimiento de la cadena de valor de la actividad turística y sus variantes de especialización; conocimientos en materia de administración, finanzas e implementación de sistemas de gestión; conocimiento en mercadotecnia que permitan el diseño de productos y servicios turísticos, su venta y comercialización.

Así mismo señalaron prioritario la formación en materia de administración y finanzas, el desarrollo de productos y servicios, las estrategias de ventas y la mercadotecnia y la comercialización turística, que son competencias que actualmente les demanda el mercado laboral.

1.2.7 Conclusión

El estado de Baja California es considerado un destino turístico emergente que cuenta con una excelente posición geográfica cercana a la frontera con California y ello favorece el crecimiento regional.

En Baja California las fortalezas y problemáticas del estado son similares a las del resto del país. Así como en la revisión documental, los empleadores entrevistados reconocen al estado como un destino emergente en turismo, con una excelente conexión aérea, condición de frontera, tendencias en la incorporación de tecnología.

La especialización hacia el turismo de bienestar, de negocios y de reuniones, el enológico en Ensenada; el gastronómico en toda la entidad; el creciente número de hoteles deriva en retos puntuales enfocados a la incorporación de sistemas de gestión de la calidad y mejora continua; el cambio tecnológico logrado a través de la capacitación, profesionalización y modernización, logrando también disminuir la rotación de personal; la puesta en valor de productos turísticos integrales y una adecuada gestión de destino.

Considerando el contexto, las habilidades que los empleadores requieren, además del dominio del idioma inglés, el trabajo en equipo, capacidad de análisis y toma de decisiones, creatividad, emprendimiento, conocimiento de la cadena de valor; así como actitudes de empatía, proactividad, enfoque a resultados, compromiso, amabilidad y adaptabilidad.

Respecto con los requerimientos del mercado laboral, el plan de estudios que fuera aprobado en 2009-2, y a diez años de ello, se considera que no es congruente con los requerimientos actuales de la profesión, debido a que la tendencia vigente reconoce la comprensión del turismo especializado, en gestión de empresas y gestión de destino, con bases sólidas de la operación, gestión y administración de empresas; mercadotecnia, comunicación, aplicación de tecnologías de la información y manejo de idiomas; integración del patrimonio cultural y natural a un producto turístico sostenible y su comercialización, en un contexto de competitividad global.

El mercado laboral del sector turístico podría incorporar a los egresados a partir de áreas de supervisión, contando también con actividades de vinculación con las empresas que permitan tener experiencia profesional comprobable.

Contrastando esta información con lo mencionado por los egresados, el 60% de la muestra señaló que las estancias profesionales junto con los viajes de familiarización fueron las modalidades alternas de mayor impacto para su formación profesional.

En tercer lugar, quedaron mencionados las prácticas de campo, los programas de vinculación y las prácticas de profesionalización (600 horas) como modalidades de importancia. Dentro del ejercicio profesional se destaca que el mercado laboral demanda responsabilidad y honestidad como principales valores.

1.3 Estudio de egresados

1.3.1 Objetivo

Analizar las opiniones de los egresados de acuerdo con su desempeño en el mercado laboral con la finalidad de retroalimentar el programa educativo.

1.3.2 Método

Se realizó un estudio de corte cuantitativo transversal y descriptivo.

Población y muestra

La población de las cohortes 2013 al 2018 la conforman 258 egresados. Para determinar la muestra se acudió un muestreo de tipo probabilístico con nivel de confianza de 95% y un margen del 7.5%. La muestra se compuso de 103 egresados, distribuidas en las dos unidades académicas (Ver tabla 5).

Tabla 6. *Distribución de la muestra de acuerdo a las proporciones de la población de egresados*

Unidad Académica	Población	Muestra
Facultad de Ciencias Administrativas (Mexicali)	93	37
Facultad de Turismo y Mercadotecnia (Tijuana)	165	66

Total =	258	103
----------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia.

Técnica e instrumento

Se recurrió a la encuesta, y se diseñó un cuestionario para la recolección de los datos. El instrumento se compone de cuatro áreas:

- Perfil de los egresados
- Situación y perfil laboral
- Retroalimentación para la reestructuración del plan de estudios cursado
- Intenciones y preferencias para estudios de posgrado

Procedimiento de recolección y análisis de datos

El estudio se llevó a cabo entre el 7 de noviembre de 2017 y el 30 de junio de 2019 a través de la plataforma Google Forms®, en ambos campus. Para el análisis de los datos se recurrió a técnicas de estadística descriptiva.

1.3.3 Resultados

Con una muestra de 103 participantes, la mayoría de los entrevistados fueron mujeres (77.66%) y el resto varones con edad promedio de 26.5 años ($\sigma=5.04$) (Ver tabla 7).

Tabla 7. *Sexo de los egresados entrevistados*

Sexo de los entrevistados	Frecuencia	%
Masculino	23	22.33
Femenino	80	77.67
Total =	103	100

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los egresados involucrados en la encuesta habían realizado sus estudios siendo egresados de los períodos 2016-1, 2017-1 y 2018-2, a pesar de que los participantes comprendieron desde la generación 2013-2 (Ver tabla 7).

Tabla 8. Generación de los egresados entrevistados

Generación de Egreso	Frecuencia	%
2013-1	7	7.2
2013-2	6	6.2
2014-1	8	8.2
2014-2	9	9.3
2015-1	5	5.2
2015-2	6	6.2
2016-1	10	10.3
2016-2	9	9.3
2017-1	12	12.4
2017-2	3	3.1
2018-1	8	8.2
2018-2	14	14.4
Total =	97	100

Fuente: Elaboración propia.

Poco más de la mitad ya se encuentran titulados mientras que el resto aducen razones para no hacerlo que se centran principalmente en exceso de trabajo (25%), desconocimiento del proceso (15%) y falta de algún requisito (25%) (Ver tabla 8).

Tabla 9. Titulación de los egresados entrevistados

Nivel de Titulación	Frecuencia	%
Titulado	45	43.68
No Titulado	58	56.32
Total =	103	100

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al perfil y situación laboral, los resultados se presentan en las tablas 6 y 7. La mayoría de los entrevistados ya se encuentran insertados en el mercado laboral (con sólo un 18.8% sin trabajar actualmente). El 71.6% de los egresados labora en el área de servicios, resto en el comercio, gobierno y sector industrial.

Del total de la muestra 66 participantes laboran directamente en el sector turístico, el 34.8% se desempeña en áreas de la hospitalidad, seguido de empresas de

alimentos y bebidas con un 19.7%, y organización de eventos con 13.6% (Ver tabla 10).

Tabla 10. *Área laboral de profesionistas dedicados al turismo*

Descripciones	Frecuencia	Porcentaje
Ventas	4	6.1
Servicios	8	12.1
Eventos	9	13.6
Otra/s área/s	9	13.6
Alimentos y Bebidas	13	19.7
Hospitalidad	23	34.9
Total =	66	100

Fuente: Elaboración propia.

Casi la mitad de los encuestados tienen menos de un año en su actual empleo (43.7%). Un 13% ya se encontraba laborando al egresar (Ver tabla 11).

Tabla 11. *Tiempo en su actual empleo*

Descripciones	Frecuencia	Porcentaje
Más de 6 años	2	1.9
3 a 4 años	17	16.5
No trabaja actualmente	17	16.5
1 a 2 años	22	21.4
Menos de 1 año	45	43.7
Total =	103	100

Fuente: Elaboración propia.

Más de la mitad de los egresados ya empleados declaran percibir entre \$5,000 MXN y \$10,000 MXN (50.9%) y una cuarta parte se situó dentro de la franja de \$10,000 MXN a \$15,000 MXN.

Cuando se abordaron los aspectos que influyeron para conseguir empleo, la mitad de los egresados entrevistados declararon que la licenciatura concluida y experiencia laboral previa fueron los más importantes. Dentro de otras razones que informaron se encontraron el mantener una actitud positiva y haber realizado prácticas profesionales (Ver tabla 12).

Tabla 12. Factores determinantes en la obtención de empleo

Concepto	%
Aprobación del EGEL CENEVAL	0.2%
Promedio de estudios obtenido	0.5%
Prestigio de la universidad de egreso	4.4%
Ya estar titulado	7.4%
Dominio de otros idiomas	9.9%
Otro/s aspecto/s	10.7%
Haber realizado prácticas profesionales en empresa	11.9%
Experiencia laboral previa	24.3%
Carrera cursada	30.7%
Total	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Cuando se abordó a los egresados sobre las principales fortalezas de su carrera, de las cuales se solicitó identificar las 3 más importantes (siendo la No. 1 la de mayor importancia), destacaron áreas que en orden de relevancia resultaron ser: la organización de eventos y banquetes, la administración y las finanzas, la logística y operación de eventos, la gestión y operación de restaurantes y alojamientos. (Ver figura 1).

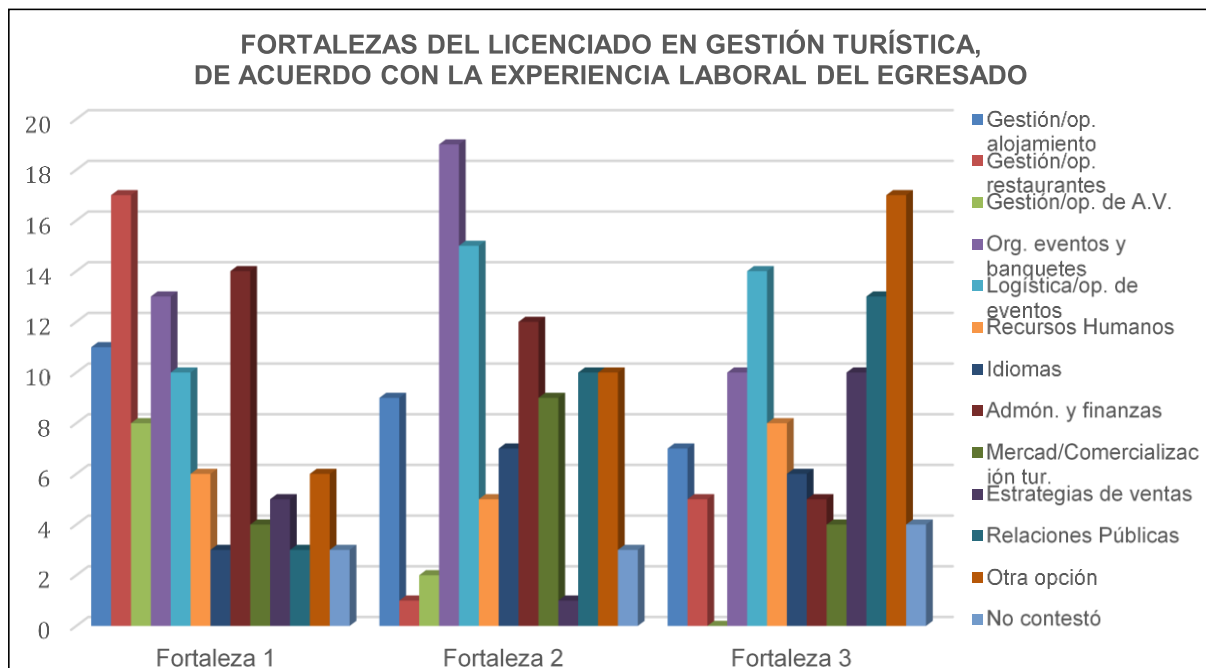


Figura 1. Áreas que denotan fortalezas en el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística

Fuente: Elaboración propia, con base en el trabajo de campo, 2018.

De acuerdo con la muestra y habiendo solicitado que identificaran los 3 conocimientos de mayor importancia (siendo el No. 1 el de mayor importancia), casi una quinta parte señaló la necesidad de fortalecer el aprendizaje del inglés y otros idiomas. Áreas como la Administración y Finanzas, la Mercadotecnia y Comercialización turística, los Recursos Humanos, las Estrategias de Venta, el Desarrollo de Productos y servicios Turísticos y las Relaciones Públicas, obtuvieron menciones de importancia entre los encuestados. De acuerdo con los participantes en el estudio, el sector turismo exige conocimiento del idioma inglés y otros idiomas, administración y finanzas, y gestión y operación de alojamientos y ventas en su mayor parte (acumulado superior al 50%), conocimientos exigidos en el sector turístico. Asimismo, en su mayoría (casi una cuarta parte) la muestra, señaló la resolución de problemas y toma de decisiones como una habilidad exigida por los empleadores (Ver figura 2).

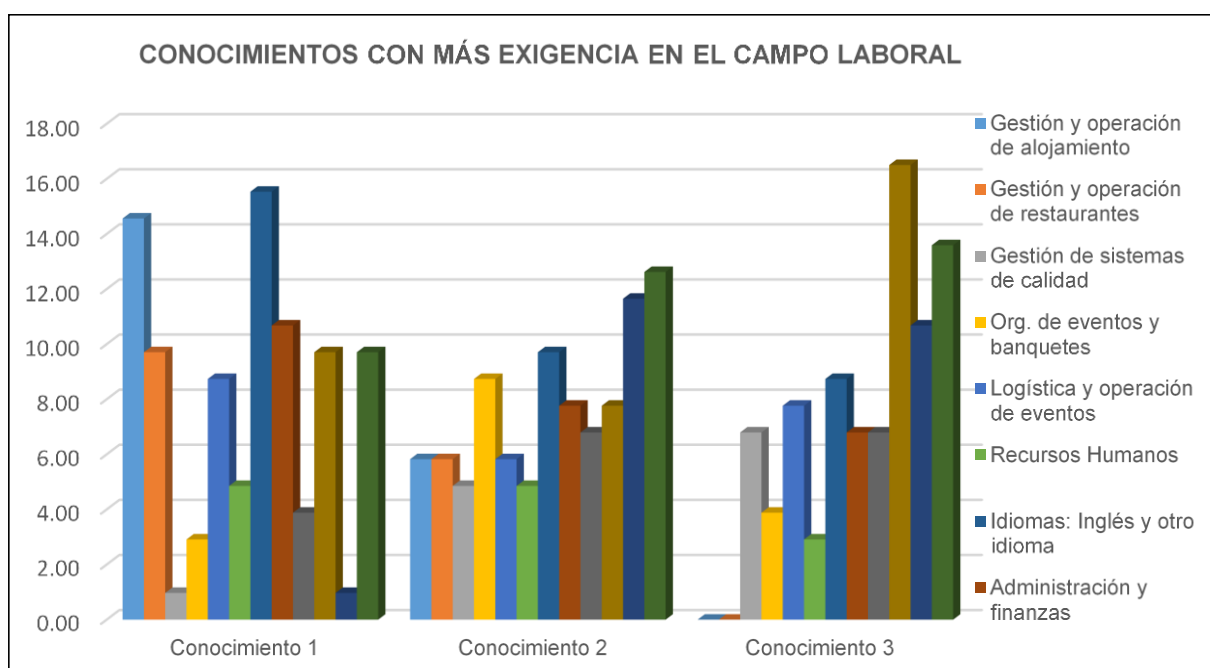


Figura 2. Conocimientos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con mayor exigencia en el campo laboral

Fuente: Elaboración propia, con base en el trabajo de campo, 2018.

Respecto a los conocimientos, actitudes y habilidades a reforzar en el nuevo plan de estudios, los egresados manifestaron, de acuerdo con la misma escala establecida en el estudio (es decir, del 1 al 3 en orden ascendente de importancia), en su mayoría y en orden de importancia que los principales conocimientos a reforzar son: los idiomas (inglés y otros), la *Administración y finanzas*, *Desarrollo de productos y*

servicios, Estrategias de ventas, Mercadotecnia y comercialización turística (Ver tabla 13).

Tabla 13. Conocimientos que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita reforzar

Conocimientos a reforzar en el Programa Educativo Licenciado en Gestión Turística						
	Conocimiento 1		Conocimiento 2		Conocimiento 3	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Gestión y operación de alojamiento	5	4.9	2	1.9	2	1.9
Gestión y operación de restaurantes	4	3.9	3	2.9	3	2.9
Gestión y operación de agencias de viajes	1	1.0			1	1.0
Gestión de sistemas de calidad	3	2.9	6	5.8	8	7.8
Organización de eventos y banquetes	4	3.9	5	4.9	3	2.9
Logística y operación de eventos	2	1.7			2	1.9
Desarrollo de productos y servicio turísticos	8	7.8	4	3.9	7	6.8
Recursos Humanos	8	7.8	13	12.6	5	4.9
TICs del sector turístico	7	6.8	8	7.8	3	2.9
Otro idioma	38	36.9	14	13.6	10	9.7
Administración y finanzas	9	8.7	10	9.7	11	10.7
Mercadotecnia y Comercialización turística	3	2.9	13	12.6	9	8.7
Estrategias de ventas	7	6.8	7	6.8	6	5.8
Diseño de proyectos de inversión turísticos sustentables	1	1.0	0	0.0	5	4.9
Relaciones Públicas	1	1.0	3	2.9	9	8.7
Gestión de la sustentabilidad y responsabilidad social	0	0.0	0	0.0	2	1.9
Tour operador de viajes	0	0.0	1	1.0	0	0.0
Turismo especializado de acuerdo a la vocación de la región	0	0.0	7	6.8	7	6.9
Metodologías para el emprendimiento	1	1.0	4	3.8	5	4.9
Metodología de la investigación	0	0.0	1	1.0	0	0.0
Otra opción	1	1.0	1	1.0	2	1.9
No contestó	0	0.0	1	1.0	3	2.9

Fuente: Elaboración propia, con base en el trabajo de campo, 2018.

De la misma manera en la cual se explicó en el caso anterior (la habilidad más importante se señaló como 1, y la 3 como de menor importancia), dos quintas partes de los participantes identificaron la *resolución de problemas* y los *Idiomas* como las habilidades necesarias a desarrollar en el nuevo plan de estudios (Ver tabla 14).

Tabla 14. *Habilidades que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita reforzar*

Habilidades a reforzar en el Programa Educativo Licenciado en Gestión Turística						
	Habilidad 1		Habilidad 2		Habilidad 3	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Análisis, resolución de problemas y toma de decisiones	24	23.3	13	12.6	9	8.7
Capacidad de adaptación	2	1.9	5	4.9	2	1.9
Coordinación de equipos de trabajo	8	7.8	2	1.9	6	5.8
Desempeñar diversas funciones	3	2.9	8	7.8	8	7.8
Empatía	1	1.0	4	3.9	2	1.9
Enfoque al servicio	2	1.9	7	6.8	9	8.7
Evaluador y tomador de riesgos	1	1.0	2	1.9	5	4.9
Expresión oral y escrita	10	9.7	5	4.9	4	3.9
Iniciativa	5	4.9	6	5.8	1	1.0
Innovación y emprendimiento	1	1.0	4	3.9	6	5.8
Liderazgo	11	10.7	4	3.9	6	5.8
Manejo de leng. técnico para empresa turística	3	2.9	1	1.0	7	6.8
Manejo de TICs	7	6.8	4	3.9	2	1.9
Manejo del idioma Inglés u otros	21	20.4	21	20.4	7	6.8
Pensamiento creativo	3	2.9	3	2.9	5	4.9
De actualización permanente	0	0.0	1	1.0	3	2.9
Manejo de frustración	0	0.0	3	2.9	4	3.9
Recuperarse frente al fracaso	0	0.0	3	2.9	4	3.9
Ser entusiasta y positivo	0	0.0	1	1.0	0	0.0
Ser flexible	0	0.0	3	2.9	4	3.9
Tolerancia	0	0.0	1	1.0	2	1.9
Disposición para aprender		0.0		0.0	3	2.9
No contestó	1	1.0	2	1.9	4	3.9

Fuente: Elaboración propia, con base en el trabajo de campo, 2018.

En materia de valores, y aplicando la misma escala explicada, poco más de la mitad señalaron que la responsabilidad y la honestidad son los principales valores que deben caracterizar al nuevo plan de estudios dentro de su ejercicio profesional (Ver tabla 15).

Tabla 15. *Valores que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita reforzar*

Valores a reforzar en el Programa Educativo en el Licenciado en Gestión Turística						
	Valor 1		Valor 2		Valor 3	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Humildad	12	11.7	6	5.8	13	12.6
Honestidad	36	35.0	20	19.4	7	6.8
Libertad	0	0.0	1	1.0	0	0.0

Integridad	8	7.8	15	14.6	14	13.6
Lealtad	2	1.9	7	6.8	7	6.8
Perseverancia	4	3.9	13	12.6	24	23.3
Responsabilidad	38	36.9	33	32.0	18	17.5
Solidaridad	0	0.0	0	0.0	5	4.9
Justicia	0	0.0	0	0.0	2	1.9
Confianza	2	1.9	7	6.8	11	10.7
Democracia	0	0.0	0	0.0	0	0.0
No contestó	1	1.0	1	1.0	2	1.9

Fuente: Elaboración propia.

Como las cinco principales actitudes se señalaron, en orden de importancia, la *proactividad, el compromiso, la amabilidad y atención, la adaptabilidad y la responsabilidad*. En la tabla 16 se puede observar la opinión emitida por el encuestado, tomando una escala del 1 al 3, siendo el número 1 la de mayor peso.

Tabla 16. Actitudes que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita reforzar

Actitudes a reforzar en el Programa Educativo en el Licenciado en Gestión Turística						
	Actitud 1		Actitud 2		Actitud 3	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Adaptable	9	8.7	12	11.7	7	6.8
Amable y atento	9	8.7	16	15.5	25	24.3
Analítico	7	6.8	7	6.8	5	4.9
Autoconfianza	18	17.5	8	7.8	4	3.9
Comprometido	28	27.2	8	7.8	10	9.7
Decidido	2	1.9	2	1.9	7	6.8
Leal	1	1.0	0	0.0	2	1.9
Perseverante	5	4.9	6	5.8	3	2.9
Proactivo	14	13.6	28	27.2	21	20.4
Responsable	10	9.7	13	12.6	17	16.5
Agradecido	0	0.0	1	1.0	1	1.0
No contestó	0	0.0	2	1.9	1	1.0

Fuente: Elaboración propia.

Casi un 60% señaló que las prácticas profesionales, junto con los viajes de familiarización, fueron las modalidades complementarias de mayor impacto en su formación profesional, seguidos por las prácticas de campo, los programas de vinculación y las prácticas de profesionalización (600 horas) (Ver figura 3).

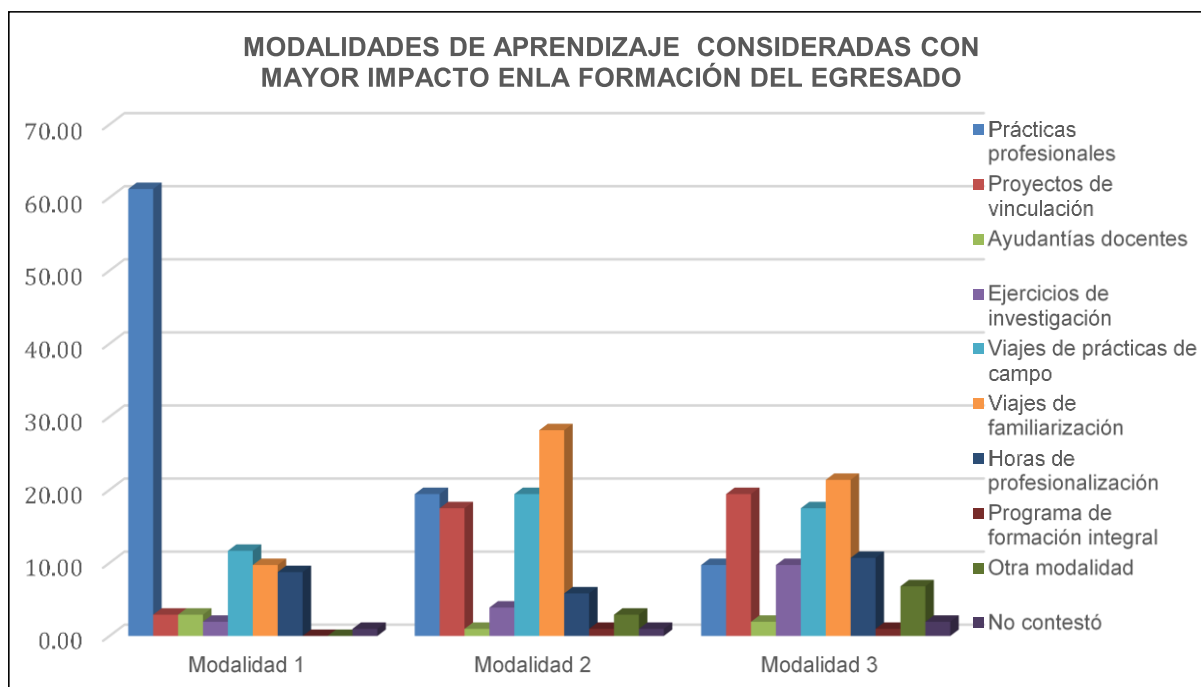


Figura 3. Modalidades de aprendizaje con mayor impacto en la formación de los egresados
Fuente: Elaboración propia.

La necesidad de actualizar los contenidos del plan de estudios fue otro tema abordado por los egresados. La unidad de aprendizaje más señalada fue Legislación Turística (55%). A ésta siguieron en orden de necesidad: *Emprendedores*, *Administración Estratégica*, *Entorno Global de los Negocios*, *Desarrollo Sustentable e Inglés Tópicos Selectos de Turismo*. Las unidades con menor necesidad de actualización resultaron ser (con igual nivel de necesidad del 13%) *Lógica para la Toma de Decisiones*, *Contabilidad y Operación de Establecimientos de Hospedaje*. Relativo al *Tronco Común*, los participantes no alcanzaron acuerdo en sus opiniones quedando repartidos por igual en tres segmentos: aquellos que piensan que debe mantenerse sin cambios, aquellos que piensan que debe mantenerse en un año con cambio de unidades de aprendizaje y aquellos que piensan que debe reducirse a 1 sólo semestre. Apenas un 8% manifestó que debería eliminarse (Ver tabla 17).

Tabla 17. Contenidos que el plan de estudios Licenciado en Gestión Turística necesita eliminar y permanecer

Contenido	Frecuencia	Eliminar		Permanecer		Renovarse			
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%		
Tronco Común	Comunicación oral y escrita	2	1.94	77.00	74.76	23.00	22.33	1.00	0.97
	Contabilidad	2	1.94	87.00	84.47	13.00	12.62	1.00	0.97
	Desarrollo	9	8.74	63.00	61.17	30.00	29.13	1.00	0.97

	Humano			0		0		0	
	Entorno global de los negocios	10	9.71	60.0 0	58.25	32.0 0	31.07	1.0 0	0.97
	Matemáticas	7	6.80	78.0 0	75.73	17.0 0	16.50	1.0 0	0.97
	Responsabilidad Social	12	11.65	61.0 0	59.22	29.0 0	28.16	1.0 0	0.97
	Tecnología de la información	8	7.77	58.0 0	56.31	36.0 0	34.95	1.0 0	0.97
	Derecho	13	12.62	66.0 0	64.08	22.0 0	21.36	2.0 0	1.94
	Contabilidad Aplicada	4	3.88	80.0 0	77.67	17.0 0	16.50	2.0 0	1.94
	Economía	5	4.85	70.0 0	67.96	27.0 0	26.21	1.0 0	0.97
	Proceso administrativo	4	3.88	67.0 0	65.05	31.0 0	30.10	1.0 0	0.97
	Lógica para la toma de decisiones	16	15.53	53.0 0	51.46	33.0 0	32.04	1.0 0	0.97
	Sistema de información	8	7.77	50.0 0	48.54	44.0 0	42.72	1.0 0	0.97
Licenciatura en Gestión Turística	Componentes del sistema turístico	4	3.88	62.0 0	60.19	34.0 0	33.01	3.0 0	2.91
	Geografía turística universal	7	6.80	66.0 0	64.08	27.0 0	26.21	3.0 0	2.91
	Servicio al cliente	0	0.00	84.0 0	81.55	16.0 0	15.53	3.0 0	2.91
	Toma de decisiones gerenciales en empresas turísticas	5	4.85	62.0 0	60.19	34.0 0	33.01	2.0 0	1.94
	Logística y operación de eventos	0	0.00	80.0 0	77.67	21.0 0	20.39	2.0 0	1.94
	Operación de establecimientos de alimentos bebidas	0	0.00	76.0 0	73.79	25.0 0	24.27	2.0 0	1.94
	Operación de servicio de viajes	4	3.88	63.0 0	61.17	34.0 0	33.01	2.0 0	1.94
	Administración estratégica	3	2.91	66.0 0	64.08	31.0 0	30.10	3.0 0	2.91
	Legislación turística	6	5.83	56.0 0	54.37	39.0 0	37.86	2.0 0	1.94
	Dirección y organización de eventos	2	1.94	82.0 0	79.61	17.0 0	16.50	2.0 0	1.94
	Gestión de establecimientos de a y b	1	0.97	77.0 0	74.76	23.0 0	22.33	2.0 0	1.94
	Operación de establecimientos de hospedaje	1	0.97	85.0 0	82.52	15.0 0	14.56	2.0 0	1.94

Planeación financiera	3	2.91	64.00	62.14	34.00	33.01	2.00	1.94
Ingles Tópicos selectos del turismo	1	0.97	64.00	62.14	36.00	34.95	2.00	1.94
Mercadotecnia de servicios	1	0.97	72.00	69.90	28.00	27.18	2.00	1.94
Gestión de establecimientos de hospedaje	2	1.94	77.00	74.76	21.00	20.39	3.00	2.91
Emprendedores	5	4.85	60.00	58.25	33.00	32.04	5.00	4.85
Desarrollo sustentable	5	4.85	53.00	51.46	42.00	40.78	3.00	2.91
Proyectos de inversión turística	6	5.83	67.00	65.05	28.00	27.18	2.00	1.94
Mercadotecnia estratégica	5	4.85	69.00	66.99	26.00	25.24	3.00	2.91

Fuente: Elaboración propia, con base en el trabajo de campo, 2018.

El estudio reportó también opiniones sobre las nuevas tendencias en el sector turístico y que a juicio del comité de reestructuración pudieran constituir oportunidades para nuevas unidades de aprendizaje. Las cinco principales tendencias identificadas por los egresados (en orden de importancia) resultaron ser de tendencia hacia la hiperespecialización y gestión de empresas operadoras de destino: *turismo médico, turismo de reuniones, eventos, diseño de productos turísticos especializados y empresas de economía compartida* (Como Uber, Airbnb, etc.) (Ver figura 4).

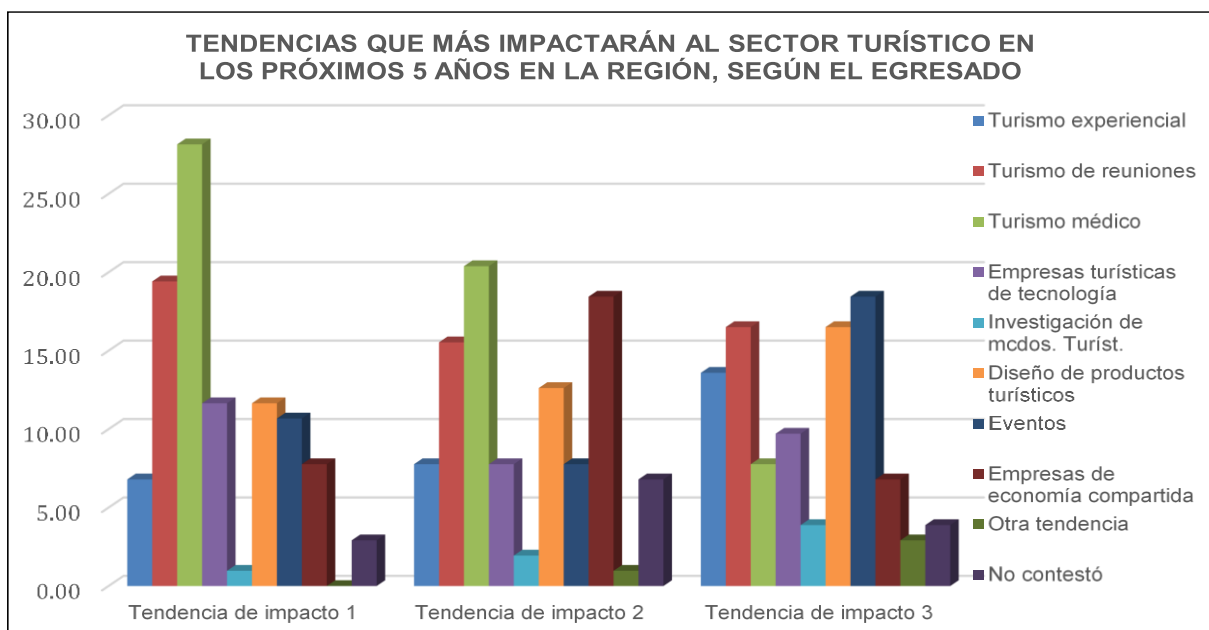


Figura 4. Tendencias que tendrán mayor impacto en el sector productivo en el próximo lustro, de acuerdo con los egresados del plan de estudios

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, se afirma que (de acuerdo con el indicador incluido en el estudio) los egresados se encuentran, en su gran mayoría, satisfechos con el programa educativo *Licenciado en Gestión Turística* que cursaron en la UABC, debido a que el 91.3% coincide con dicha afirmación; e incluso, un 39.8% de dicho segmento, concuerda en un alto grado de satisfacción (es decir, muy satisfecho).

De esta forma, se infiere que dicha satisfacción se vincula a las capacidades y habilidades adquiridas durante su formación para atender necesidades y problemáticas tanto del mercado laboral en el sector del turismo, como de la población en la que dicha actividad económica se desarrolla.

En cuanto al nivel de satisfacción de los egresados en relación a la formación recibida en UABC a través de la realización de su carrera, el estudio demostró que se encuentran ampliamente satisfechos, pues nueve de cada diez entrevistados coincidió en dicha afirmación, haciendo notar que de ese 90%, el 40% dijo estar muy satisfecho (Ver figura 5).

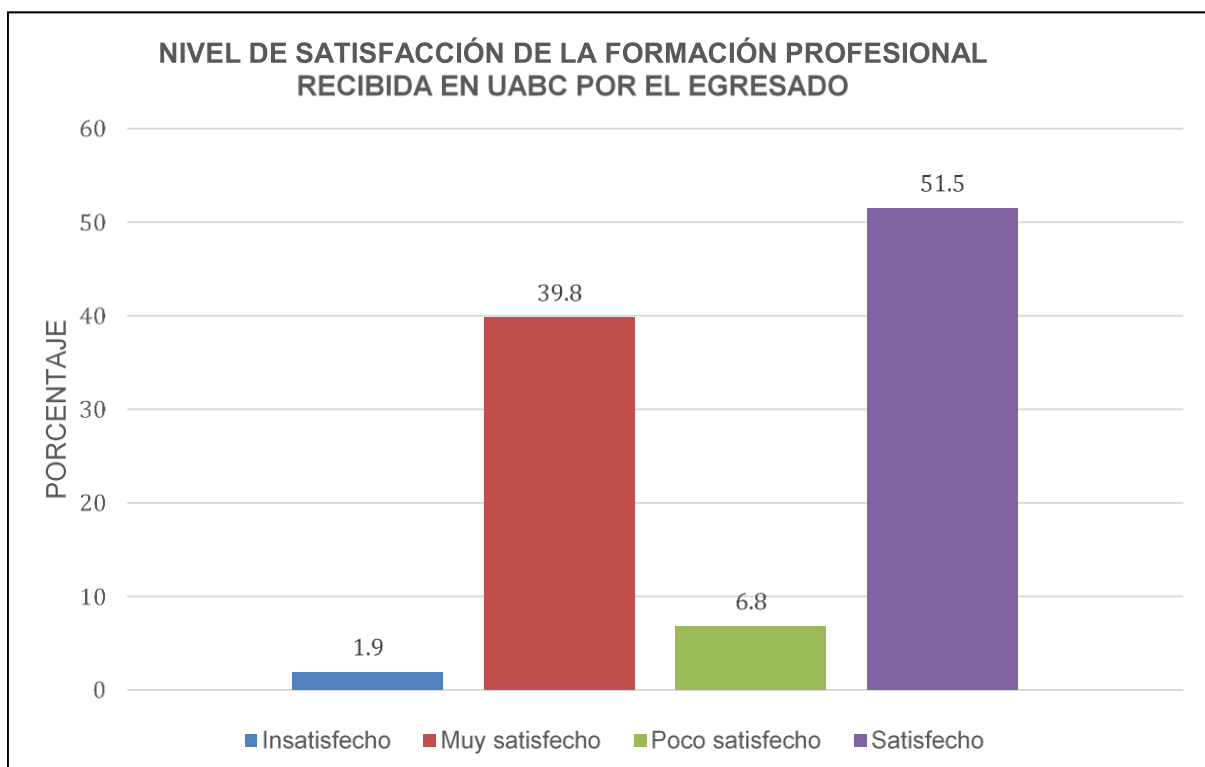


Figura 5. Nivel de satisfacción de la formación profesional recibida en UABC, según el egresado

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la cuestión de la cantidad de egresados que se encuentra estudiando un posgrado, se detectó que de los 103 entrevistados en el estudio, el 4% de estos estudian algún tipo de posgrado.

Ahora bien, del 96% restante que no se encuentra estudiando un posgrado, se encontró que el 78.6% tiene intenciones de realizar uno, lo que demuestra las posibilidades de trascender en materia de posgrado de los egresados del programa educativo Licenciado en Gestión Turística (Ver Figura 6).

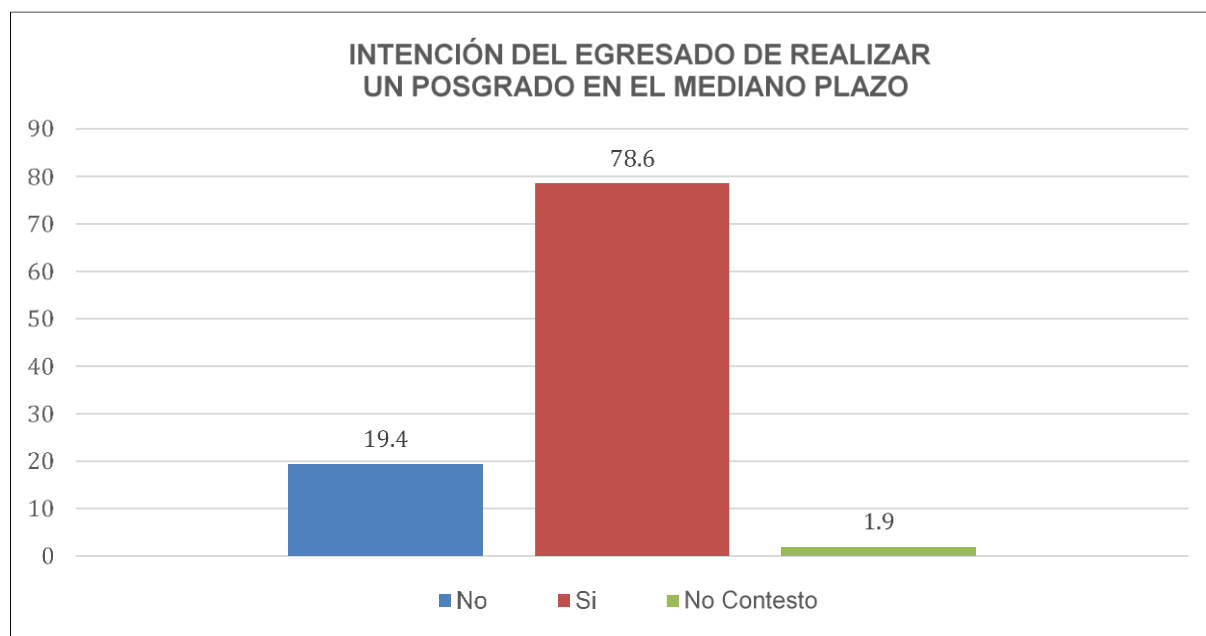


Figura 6. Egresados que tienen la intención de estudiar un posgrado
Fuente: Elaboración propia

1.3.4 Conclusión

Derivado de los resultados obtenidos por el estudio a egresados llevado a cabo por el Programa de Seguimiento a Egresados, se considera que la inserción laboral a la hotelería, los eventos y el área de alimentos o bebidas es adecuada, por lo que debería mantenerse o fortalecerse la formación de competencias en estas tres áreas. Por otro lado, la experiencia laboral previa es una fortaleza para la rápida inserción laboral de los egresados, por lo que deberán desarrollarse las competencias construidas en base a ejercicios o programas de vinculación.

Así mismo, el inglés y otros idiomas han sido señalados por los egresados como un área de oportunidad enorme y muy necesaria para el éxito en el mercado laboral por

lo que deberían aumentarse el número de unidades de aprendizaje que requirieran la construcción de competencias desarrollando ejercicios o productos integradores de aprendizaje en inglés o un tercer idioma. Por otra parte, el enfoque de las disciplinas administración y finanzas son áreas para fortalecer en el nuevo plan de estudios, además de la mercadotecnia, el desarrollo de productos y las ventas por lo que su presencia en el plan de estudios es un área de oportunidad. Sin dejar de considerar la opinión de los egresados en relación con la resolución de problemas como eje fundamental de su profesión.

1.4 Análisis de la oferta y la demanda

1.4.1 Objetivo

Analizar la oferta de programas educativos y la demanda vocacional para cursar la Licenciatura en Gestión Turística en el contexto nacional y estatal.

1.4.2 Método

Se realizaron dos etapas para el análisis, (1) análisis documental a partir de fuentes secundarias donde el análisis de la oferta se trabajó con la base de datos de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2017) y un estudio de *Reader's Digest* (2017), de la información documental disponible, se seleccionaron a aquellas licenciaturas vinculadas a la actividad turística: Lic. en Turismo, Administración de Empresas Turísticas y Gestión Turística que son ofertadas en instituciones de educación superior públicas y privadas; se analizaron un total de 89 programas educativos (ofertados en 140 planteles) en territorio nacional; mismos que se presentan en nueve regiones y donde se destaca la matrícula por región. (2) La investigación empírica consistió en describir la demanda que existe a nivel estatal a partir del estudio denominado Análisis de oferta y demanda de las carreras de Administración de Empresas, Contabilidad, Informática, Negocios Internacionales, Gestión Turística y Mercadotecnia (Alcalá, 2019).

Se realizó un estudio para las Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración, Turismo y Mercadotecnia, Ciencias Administrativas y Sociales, Enología y Gastronomía, Ciencias Administrativas (extensión San Felipe y Ciudad

Morelos) y las de Ingeniería y Negocios (Tecate, San Quintín y Guadalupe Victoria denominado: “Análisis de oferta y demanda de las carreras en el Área Contable-Administrativa y de Gestión Turística y Mercadotecnia” (Alcalá, 2019). De manera que el estudio tuvo empírico tuvo como objetivo general analizar la oferta de los programas educativos y las demandas vocacionales para cursar los programas educativos de Administración de Empresas, Contabilidad, Informática, Negocios Internacionales, Gestión Turística y Mercadotecnia.

Los objetivos específicos fueron:

- a) Identificar la oferta de programas educativos iguales y/o afines con el propósito de determinar la posición competitiva que se pretende lograr con el programa educativo.
- b) Analizar la matrícula de programas educativos iguales y/o afines al programa educativo con el fin de identificar el comportamiento de la oferta educativa.
- c) Determinar la demanda vocacional a nivel estatal para el programa educativo.
- d) Caracterizar a la población estudiantil potencial a ingresar al programa educativo.
- e) Establecer la relación de la demanda y la oferta en los problemas educativos afines o iguales.

Tomando como referencia la información estadística disponible de las fuentes antes señaladas se procedió a integrar una base de datos con las matrículas registradas en cada una de las carreras en estudio y clasificándose por entidades federativas, en particular, las que conforman la región frontera norte (Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas) y la región noroeste (Baja California, Baja California Sur, Sonora y Sinaloa) para analizar el comportamiento de las matrículas por carrera y proyectar las tendencias de crecimiento para los próximos años.

La clasificación de la información en dos regiones se debió a la necesidad de examinar la dimensión geográfica en la que se circunscribe la Universidad Autónoma de Baja California en el norte de México.

Los ciclos escolares considerados fueron: 2011-2012, 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017 y 2017-2018. En el caso de la UABC se incluyeron además los ciclos escolares 2018-1, 2018-2 y 2019-1.

Para obtener la proyección de la matrícula, las solicitudes de ingreso a la UABC y los Troncos Comunes de las áreas Contable Administrativa se procedió a calcular las tasas de crecimiento de la población estudiantil de cada programa educativo en las respectivas unidades y campus; posteriormente, se realizaron cinco escenarios de proyección. En el primer escenario, se utilizó el promedio de la tasa de crecimiento proyectada de la población de entre 18 a 24 años y de 20 a 24 años que presenta la CONAPO para cada periodo; en el segundo, se empleó la tasa de crecimiento proyectada por la Dirección de Estadística y Control Escolar del Sistema Educativo Estatal de la matrícula de los estudiantes de la Educación Media Superior; en el tercer escenario y de forma simétrica con la anterior, se utilizó la tasa de crecimiento proyectada para la matrícula de los estudiantes de la Educación Superior que presenta dicha institución; en el cuarto, se proyectó con el promedio de las tasas de crecimiento de los últimos ocho periodos; y para el último escenario, se proyectó con el promedio de las cuatro tasas de crecimiento utilizadas en los primeros cuatro escenarios.

Posteriormente, con los resultados de cada escenario, se establecieron límites inferiores y superiores donde el valor más bajo se fijó como el límite inferior y el valor más alto como el límite superior por lo que se espera que el valor real se encuentre dentro de dicha banda; por otro lado, se obtuvo el promedio respecto a los límites inferiores y superiores de cada periodo.

1.4.3 Resultados

Análisis documental

En México, la enseñanza del turismo y las carreras afines data de las décadas de los cincuenta y sesenta del siglo pasado, se inicia con la creación de las Licenciaturas en Turismo en el Instituto Politécnico Nacional, la Universidad Autónoma del Estado de México, la Universidad Autónoma de Baja California y la Universidad de Guadalajara.

A la fecha, de acuerdo con datos de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2017), existen 89 programas educativos registrados, 140 si se consideran los que ofrecen distintas universidades privadas en sus campus.

Los Programas Educativos de Turismo, en su origen, se centraron en el conocimiento del patrimonio, con un enfoque de planeación territorial; el programa educativo de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas se enfoca en la adecuada administración de la unidad de negocios del sector turístico y por último PE de Licenciado en Gestión Turística es similar al de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas, pero presenta un enfoque hacia el desarrollo empresarial, no solamente a la administración.

En un estudio desarrollado por Vázquez y Ojeda (s/f) muestra que los programas de estudio relacionados con la actividad turística tienen una fuerte carga con enfoque a la administración, ya sean Lic. en Turismo, Administración de Empresas Turísticas o Gestión Turística. Reconocen que éstos tienen un enfoque interdisciplinario orientado al ejercicio profesional con áreas de énfasis en hotelería, alimentos y bebidas, viajes, etc.

Los resultados de este estudio muestran que los contenidos de las unidades de aprendizaje de los programas educativos analizados presentan un 10% de temas de administración, 9% vinculadas al idioma inglés, 8% restaurantes y bares, 6% investigación, 5% contabilidad, derecho y mercadotecnia, junto con francés y tópicos de turismo. En tanto que hotelería representa un 4%. Otras de menor incidencia son: economía, TICs, viajes, patrimonio turístico, geografía, proyectos turísticos, cultura, negocios, ecología, planeación turística, servicios turísticos, psicología e historia (éstas con un 1% de las materias) (Vázquez y Ojeda, s/f).

Respecto a la cantidad de estudiantes cursando una licenciatura vinculada al turismo, de acuerdo con la ANUIES (2017), existen 47,850 matriculados en todo el país. La región central- sur (Pacífico, Centro y Golfo) concentra el 56% de la

matrícula total; la región del noroeste, en donde se encuentra Baja California, representa un 8.27%.

En México, la cobertura de la enseñanza del turismo a nivel licenciatura abarca todas las entidades federativas, con una mayor incidencia en aquellos estados donde tradicionalmente se desarrollan actividades turísticas desde hace décadas; se observa que la mayor oferta de estudios vinculados al turismo se presenta en el centro y sur del país (54.11% y 24.70%) respectivamente, donde la actividad turística se desarrolló desde mediados del siglo pasado (Ver tabla 18).

Tabla 18. *Oferta existente en el ámbito nacional y estatal*

REGIÓN	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	PORCENTAJE
Región Noroeste	1,434	2,521	3,955	8.27
Región Norte	345	774	1,119	2.34
Región Occidente	1,536	3,492	5,028	10.51
Región Centro Norte	801	2,057	2,858	5.97
Región Pacifico Sur	2,251	4,621	6,872	14.36
Región Centro	4,598	9,341	13,939	29.13
Región del Golfo	1,803	4,357	6,160	12.87
Región Sur	1,015	1,851	2,866	5.99
Región Sureste	2,038	3,015	5,053	10.56
Total =	15,821	32,029	47,850	100.00

Fuente: Elaboración propia, con base en ANUIES, 2017.

De acuerdo con la tabla 18, se muestra que, en la región noroeste, que comprende los estados de Baja California, Baja California Sur, Sonora y Sinaloa, existen registrados 15 programas educativos vinculados a la actividad turística (RD, 2017).

Tabla 19. *Oferta regional de la enseñanza del turismo a nivel licenciatura*

Institución Educativa	Carrera	Ciudad	Estado
Universidad Autónoma de Baja California	Lic. Gestión Turística	Mexicali	Baja California
Universidad Autónoma de Baja California	Lic. Gestión Turística	Tijuana	Baja California
Universidad Interamericana para el Desarrollo	Lic. Administración de Empresas Turísticas	Ensenada	Baja California

Universidad del Desarrollo Profesional	Lic. Administración Hotelera y Negocios Turísticos	Tijuana	Baja California
Universidad del Valle de México	Lic. Gestión e Innovación Hotelera y Turística	Mexicali	Baja California
Universidad del Desarrollo Profesional	Lic. Administración Hotelera y Negocios Turísticos	Cabo San Lucas	Baja California Sur
Tecnológico de Baja California	Lic. en Turismo Internacional	La Paz	Baja California Sur
Universidad de Golfo de California	Lic. Administración de Empresas turísticas	La Paz	Baja California Sur
Universidad TecMilenio Mazatlán	Lic. Administración Hotelera y Turística	Mazatlán	Sinaloa
Universidad Autónoma de Durango	Lic. Administración de Empresas turísticas	Guasave	Sinaloa
Universidad Autónoma de Sinaloa	Lic. en Turismo	Mazatlán	Sinaloa
Universidad Autónoma de Occidente	Lic. Administración Turística	Culiacán	Sinaloa
Universidad de San Miguel	Lic. Administración de la Hospitalidad y Turismo	Culiacán	Sinaloa
Universidad del Valle del Fuerte	Lic. Gestión Turística y Gastronomía	Los Mochis	Sinaloa
Instituto Tecnológico de Sonora	Lic. Administración de Empresas Turísticas	Obregón	Sonora

Fuente: Elaboración propia, con base en RD, 2017.

Relación de la demanda y la oferta en los programas educativos

En la tabla 20 se muestra el balance oferta-demanda de la carrera de licenciado en Gestión Turística nivel nacional; en primera instancia se observa que en los programas asociados a Turismo el margen fue de 27 por ciento con 2,944 espacios no demandados.

Tabla 20. Balance Oferta-Demanda de licenciaturas a nivel nacional en periodos 2018-2019

Nivel Nacional	Lugares Ofertados	Solicitudes de Primer Ingreso	Primer Ingreso Total	Diferencia entre Oferta y solicitudes de ingreso	Relación Solicitudes / Oferta	Relación Primer ingreso / Oferta	Balance O-D	Margen para la IES
Gestión Turística	11,015	14,435	8,071	-3,420	131%	73%	2,944	27%

Fuente: Elaboración propia, con base en ANUIES, 2019.

En relación a la entidad, Baja California reporta una oferta de 137 espacios con una demanda de 265, habiéndose aceptado únicamente a 113, lo anterior reporta una diferencia de 128 alumnos que quedaron sin una oportunidad para ese periodo (Ver tabla 21).

Tabla 21. Balance Oferta-Demanda del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística en el periodo 2018-2019, en Baja California

Baja California	Lugares Ofertados	Solicitudes de Primer Ingreso	Primer Ingreso Total	Diferencia entre Oferta y solicitudes de ingreso	Relación Solicitudes / Oferta	Relación Primer ingreso / Oferta	Balance O-D	Margen para la IES
Gestión Turística	137	265	113	-128	193%	82	24	18%

Fuente: Elaboración propia, con base en ANUIES, 2019.

En la tabla 22 se refleja que en el caso de UABC durante el periodo 2018-2019 no existió margen alguno para el programa educativo de Gestión Turística debido a que presentó un margen del 0 por ciento; en otras palabras, todos los lugares ofertados fueron ocupados.

Tabla 22. Balance Oferta-Demanda del PE-LGT en el periodo 2018-2019, en UABC

UABC	Lugares Ofertados	Solicitudes de Primer Ingreso	Primer Ingreso Total	Diferencia entre Oferta y solicitudes de ingreso	Relación Solicitudes / Oferta	Relación Primer ingreso / Oferta	Balance O-D	Margen para la IES
Gestión Turística	107	245	107	-138%	229%	100%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia, con base en ANUIES, 2019.

En Baja California, la matrícula de los programas de estudio es baja en comparación con otros programas de estudio, pero se ha incrementado en los últimos años, como se evidencia en el apartado del análisis de la demanda.

La ANUIES reporta 518 estudiantes en el ciclo 2016-2017 para tres programas (UABC Tijuana, Mexicali y la UNID Ensenada), no se tienen datos disponibles de la UNIDEP Tijuana y de la UVM Mexicali; sin embargo, se estima que la matrícula, en su totalidad no excede los 600 estudiantes.

Los datos obtenidos en la tabla 23 fueron los obtenidos de la Coordinación General de Formación Básica de la UABC, donde se observa una evolución positiva por lo menos en los últimos cuatro años. El municipio con mayor demanda es Tijuana con un promedio de 153 aspirantes por año, Mexicali con 55 y cinco del total de los aspirantes tienen residencia en Ensenada.

Tabla 23. Resultado de la demanda del Programa de Estudios

PERIODO ANUAL	TIJUANA	MEXICALI	TOTAL
2014-2015	91	42	133
2015-2016	123	47	170
2016-2017	144	53	197
2017-2018	242	71	313
2018-2019*	167	65	232
Promedio anual	153.4	55.6	209

Fuente: Elaboración propia, con base en UABC, 2018.

* Los datos corresponden solamente al año 2018; es decir, el periodo 2019-1 no se incluye en el total de dicha información

Características deseables en la población estudiantil potencial a ingresar a los programas educativos.

Caracterización de la población estudiantil que ingresa a los programas educativos en las licenciaturas correspondientes al área económico-administrativa requiere de contar con los conocimientos, habilidades, actitudes y destrezas, así como con los valores siguientes (Ver tabla 24):

Tabla 24. Caracterización de la población estudiantil que ingresa

CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Economía Matemáticas Inglés Administración Contabilidad Informática	Expresión oral y escrita Análisis y síntesis de información	Servicio Crítica Colaboración	Honestidad Compromiso Responsabilidad

Fuente: Elaboración propia, con base en Alcalá, 2019.

Investigación empírica

El análisis sobre el comportamiento de la matrícula en el área contable-administrativa y de gestión turística y mercadotecnia presenta tendencias diferenciadas en nuestro país y sus regiones, en el caso que compete, Baja California, se examinaron las dos regiones donde juega un papel trascendente, la región noroeste y la región frontera norte.

La región noroeste se conforma por los estados de Sinaloa, Sonora, Baja California Sur y Baja California, y en la región frontera norte se tienen los estados de Nuevo León, Tamaulipas, Chihuahua, Coahuila, Sonora y Baja California.

La carrera de Licenciado en Gestión Turística en las entidades que conforman la región noroeste registró tendencias de crecimiento en la matrícula diferentes como se observa en la figura I.14.

En Baja California la matrícula para el periodo analizado pasó de 419 a 501 estudiantes, lo que significó un incremento de 3.22 por ciento; en el caso de Sinaloa en el periodo escolar de 2011-2012 las cifras fueron de 730 y en el último periodo de 824, aumentó de 2.25 por ciento.

Por otra parte, Baja California Sur, a pesar de poseer la mayor cantidad de estudiantes, presentó un decremento del 0.31 por ciento debido a que de 1,015 estudiantes registrados en el primer periodo descendió a 937 en el último periodo.

Finalmente, Sonora registró un descenso de 4.01 por ciento en los últimos tres periodos, ya que en dicho rango pasó de 796 a 694 estudiantes matriculados (Ver figura 7).

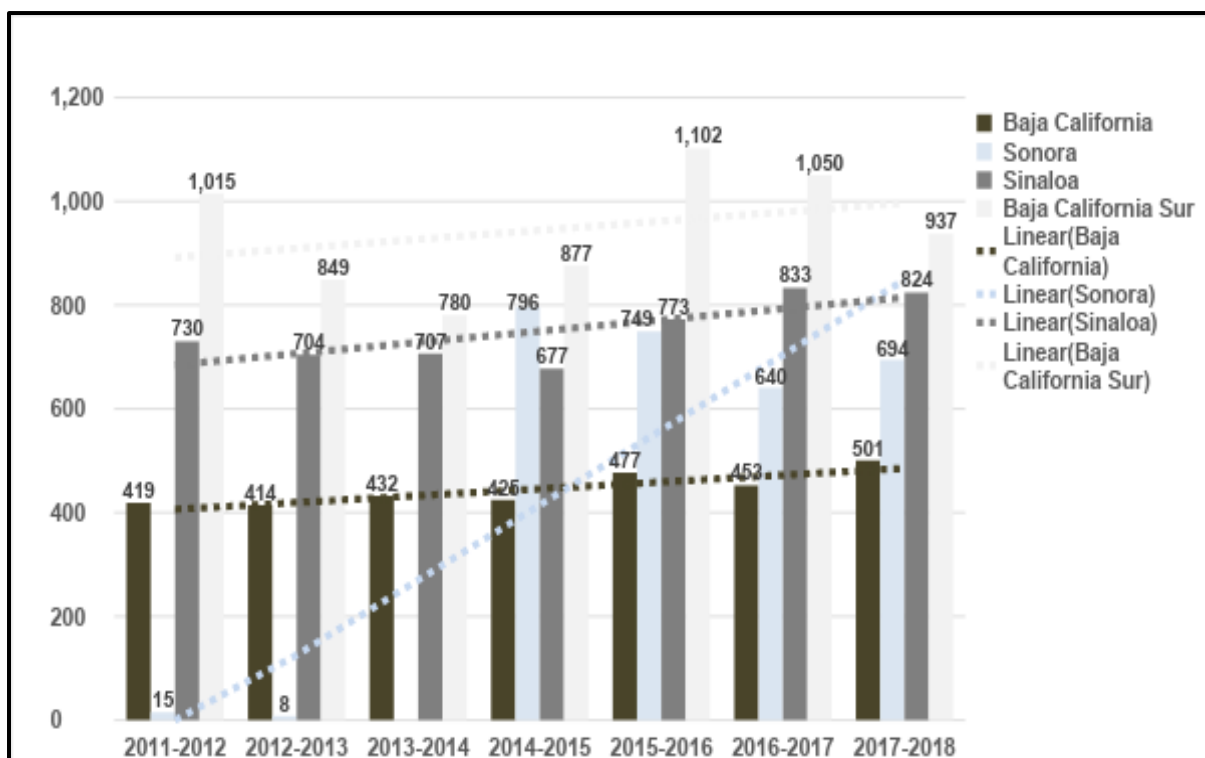


Figura 7. Matrícula estudiantil en Gestión Turística/Turismo en la región noroeste en los periodos de 2011-2012 al 2017-2018

Fuente: ANUIES, 2019.

En las entidades de la región frontera norte las cifras contenidas en el cuadro 4.3 revelan que Sonora y Baja California son las entidades con mayor registro de matrícula en el último periodo; en tanto, Nuevo León y Chihuahua presentaron una caída de la matrícula casi en la misma proporción con 7.08 y 7.14 por ciento, respectivamente. Tamaulipas y Coahuila mostraron una desaceleración a tasas de dos dígitos.

En el primero la matrícula cayó a una tasa de 15.46 por ciento; y en el segundo, la caída registrada fue del 24.16 por cierto tomando en cuenta solamente los últimos tres periodos escolares.

En el caso de los semestres pares las tasas promedio de decrecimiento correspondientes a los valores del límite inferior es de 1.81 por ciento tanto para Mexicali y Tijuana; por otro lado, si se asumen los valores del límite superior se reportaría una tasa de crecimiento de 11.26 y 10.89 por ciento para Mexicali y Tijuana respectivamente; finalmente, con los datos promedio se estima un

incremento promedio de 6.18 y 5.92 por ciento para Mexicali y Tijuana, respectivamente.

1.4.4 Conclusión

La proyección de los datos en relación a la oferta y demanda establece una tendencia positiva, situación que se ha evidenciado al tener el 100% de lugares ofertados ocupados, sin embargo, se reconoce que la oferta no es la más importante dentro del contexto de la DES de Ciencias Administrativa, ya que ésta ya no ha sido suficiente para la demanda a nivel estatal, sin embargo, esta situación permite la no saturación de profesionistas en el sector turístico.

Las unidades académicas que ofertan actualmente en el plan de estudios no realizan acciones de promoción intensiva en las escuelas de educación media superior, solo se participa en el evento institucional de la Universidad Autónoma de Baja California, Expo Profesionales, que se realiza en cada campus, por lo que, podría incrementarse con estrategias de empuje.

En el periodo 2014-2019 el resultado de la demanda en promedio señala que se ha solicitado ingreso al plan de estudios de Licenciado en Gestión Turística de UABC un promedio anual de 209 personas, y de acuerdo con la tendencia observable podría incrementarse considerablemente.

Por unidad académica, el mencionado plan presenta mayor demanda en el Campus Tijuana, con un promedio de 153 personas que solicitan su ingreso (Ver figura 8).

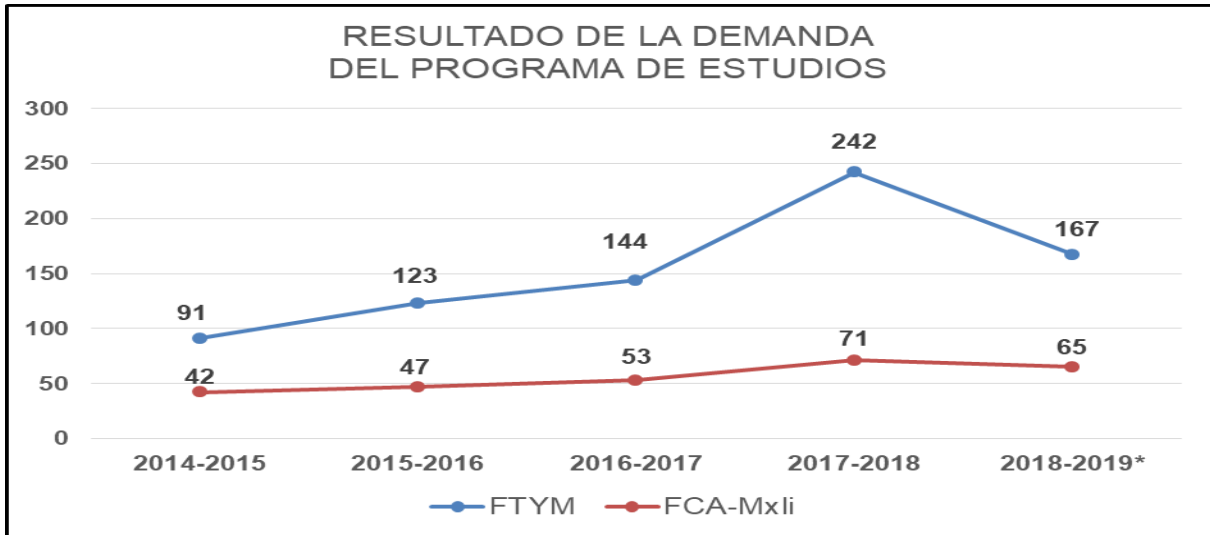


Figura 8. Resultado de la demanda del programa educativo Licenciado en Gestión Turística
Fuente: Elaboración propia, con base en CGFB, 2018.

* Los datos corresponden solamente al año 2018; es decir, el periodo 2019-1 no se incluye en el total de dicha información

Con respecto a la proyección de la demanda, la figura 9 presenta los valores estimados de las solicitudes de ingreso al programa educativo Licenciado en Gestión Turística; de esta manera, tomando en cuenta la cantidad de egresados de la educación media superior se estima que la proporción entre solicitudes y egresados será de 0.7 por ciento en promedio; lo que indica una baja proporción de la demanda por esta carrera por parte de los recién egresados; por otra parte, se reportará una disminución promedio del 1.81 por ciento si las solicitudes evolucionan de acuerdo a los valores inferiores: no obstante se obtendrá un aumento medio del 16.65 y 9.36 en caso de que sigan la tendencia del escenario superior y promedio. De acuerdo a la proyección la demanda podría superar las cuatrocientas solicitudes en los próximos cinco años.

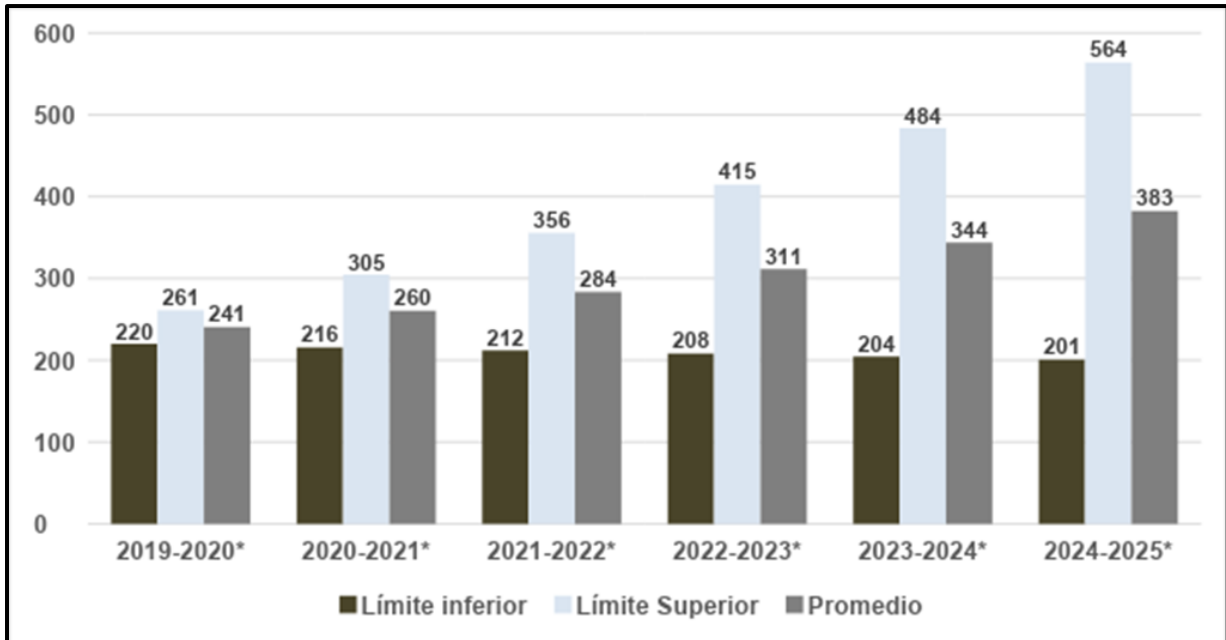


Figura 9. Proyección de las Solicitudes de Ingreso para el programa educativo Licenciado en Gestión Turística en UABC para los periodos 2019-2020 al 2024-2025

Fuente: UABC, 2018.

La evolución de la oferta y la demanda del programa Licenciado en Gestión Turística refleja una tendencia positiva, misma que establece un crecimiento moderado pero sostenible en los próximos periodos escolares.

2. Estudio de referentes

2.1 Análisis de la profesión y su prospectiva

2.1.1 Objetivo

El objetivo del presente apartado es analizar la profesión de Gestión Turística, su evolución y sus campos de acción a nivel nacional e internacional con el fin de fundamentar la creación, modificación o actualización del programa educativo.

2.1.2 Método

Para desarrollar este apartado se tomó en consideración la información de la OMT y se analizó información de artículos de investigación sobre el tema y estadísticas del sector turístico. Para el análisis fueron establecidas tres categorías: entorno de la profesión del programa educativo, el campo de actuación profesional y prospectiva de la profesión en México.

2.1.3 Resultados

Entorno de la profesión del programa educativo

La profesión, entendida esta como una forma especial de organización ocupacional que se consolida por la integridad de los perfiles profesionales, la competencia del saber y la práctica profesional; está vinculado al desarrollo de una labor específica (Peñaloza, Medina, Herrera y Vargas, 2011). En su origen, la profesión del turismo se trató de un oficio centrado en satisfacer las necesidades del viajero. Las profesiones vinculadas al turismo, tuvieron su origen como oficio, éste pasando de padres a hijos enfocados enfocan a atender al visitante, hasta convertirse en la especialización para consolidar empresas que requieren capital humano especializado (Peñaloza, Medina, Herrera y Vargas, (2011). Se entiende como *Turismo* al conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado (OMT, 2019). Así, entonces se identifican una diversidad de profesiones que están vinculadas a las actividades que necesitan demanda y que son ofrecidas al turista, visitante y que se

desarrollaron en distintos estadios y que provienen de diferentes áreas del conocimiento, reconociendo que el turismo es un campo de aplicación.

La profesión turística ha evolucionado y desarrollado, conforme la actividad turística lo ha hecho. Como sector se ha transitado del turismo para las élites, al turismo masificado y, ya en una época reciente al turismo especializado o diversificado; de las empresas familiares, a las grandes cadenas hasta llegar a la economía compartida; de los estándares a la diversificación multidisciplinaria de la generación de experiencias turísticas. Por ejemplo, en la década de los noventa, en España, reconocían dos tipos de enfoques en las profesiones del turismo: técnicos y oficios turísticos. En estos años caracterizaban al turismo como turismo de masas, y el profesional atendía las necesidades del turista estandarizado. Los trabajos requerían técnicas y conocimientos especializados, estandarizados y en distintos niveles, de acuerdo a las empresas del sector (Moreno, 1996). Así la Ley General de Ordenación del Sistema Educativo de este país reconocía los títulos profesionales de la Hostelería y el Turismo en: Técnico Superior en Restauración, Técnico Superior en Alojamiento, Técnico Superior en Agencias de Viajes. De grado medio: técnico en cocina, en pastelería y panadería y en servicios de restaurante y bar (Paredes, 1995). Se destaca de esta etapa que las profesiones del sector son de mandos medios (Técnico Superior Universitario) y niveles operativos (técnicos).

Conforme se masificó el turismo, se reconoció su importancia y la de los profesionales dedicados. La importancia de la profesión o profesiones vinculadas al turismo, de acuerdo con Peñaloza, *et. al* (2011), es contribuir en el desarrollo de actividades estratégicas y esenciales, que se dan en las empresas turísticas para que de manera especializada garanticen mejor calidad en los servicios e intensifiquen la aplicación de conocimientos habilidades y destrezas indispensables para ser competitivos y acordes a la demanda del mundo laboral. En el caso español, además de las profesiones técnicas surgieron dos perfiles: el planificador de territorio de la actividad turística y el administrador de empresas turísticas, que permitiera, por un lado, el organizar en polos específicos, de sol y playa, el desarrollo de la actividad turística; y por otro, manejar las empresas que se iban sumando a la oferta turística. En esta etapa de expansión de la actividad turística,

las grandes cadenas de hotelería desarrollaron procesos de formación al interior de la organización, lo que les permitió contar con personal calificado en niveles operativos y gerenciales, con altos niveles de estandarización; sin embargo, el reconocimiento de esta formación no fue avalado por Instituciones de Educación Superior. Más adelante, ya en la época del turismo de masas, las IES realizan convenios de colaboración para que los estudiantes de las nuevas licenciaturas realizaran pasantías en este tipo de instituciones, reconociendo el carácter práctico de la profesión, al menos en la operación y administración de las empresas del sector.

Continuando con el caso español, como ejemplo, otras profesiones surgieron en esta etapa de expansión del turismo. El turista no demanda una experiencia estandarizada, sino un servicio humano por lo que los profesionales enfocados al servicio al cliente, de intermediación, cobraron relevancia; las vinculadas a agencias de viajes: guías oficiales, acompañantes, transferistas, asistente de viajes; agente de viajes. De segundo contexto, vinculados a instituciones: técnico turístico, informador turístico, agente de desarrollo local; destaca el papel de los animadores turísticos, vinculados a empresas de alojamiento: animadores turísticos y recepcionistas, muchas de ellas de carácter operativo y técnico (Puertas, 2008).

En México se ha vivido esta transformación de la actividad turística y, en consecuencia, en la profesión turística. Se identifican tres etapas de transformación derivado de un turismo desarrollado en centros planificados, la formación del profesional del turismo se especializó en el área de agencias de viajes, planificadores territoriales de la actividad y promoción turística; en la segunda etapa se desarrolla la oferta hotelera, restaurantera y recreativa con la apertura de México al comercio global, por lo que, las escuelas de educación superior han privilegiado la formación de especialistas en la administración de empresas turísticas. Al ya no contar con polos de desarrollo turística sino con regiones que son emisoras y receptoras, que cuentan con distintos grados de desarrollo, infraestructura, competencias no especializadas en servicio al cliente; turistas con una diversidad de motivaciones que dan origen a especializaciones, que se comunican por medios digitales; con sociedades más interconectados y, sociedades más abiertas y

conscientes las profesiones vinculadas al turismo también han cambiado (Espelt, 2010; Suárez, 2011).

En el ámbito estatal, la profesionalización del turismo se ha centrado primordialmente en el papel que ha venido desempeñando la UABC al respecto, atendiendo las necesidades del sector a través del programa educativo de Licenciado en Turismo en septiembre de 1969, dando pauta la posterior conformación de la Escuela de Turismo (hoy Facultad de Turismo y Mercadotecnia).

El plan de estudios del mencionado programa atendía las necesidades del turismo contemporáneo a dicho plan, caracterizado por una estandarización de viajes donde el turismo era de tipo fordista y mayoritariamente masivo. Inicialmente, el plan de estudios del programa educativo Licenciado en Turismo contenía las áreas relacionadas con Psicología Social, Antropología e Historia, evolucionando lentamente a una caracterización de dicho plan por disciplinas de las ciencias administrativas y contables.

Conforme el desarrollo del turismo en México fue evolucionando, durante la generación de los centros integralmente planificados (CIP) se impulsa la creación de carreras técnicas relacionadas con el sector turístico soportadas e impartidas por el Colegio Nacional de Educación Profesional (CONALEP), a finales de los años 70 y durante los años 80, a través de perfiles técnicos que atendieran las necesidades operativas de la planta turística que dichos centros demandaban.

A partir de la necesidad de atender a un turismo diferente con en un nuevo milenio, caracterizado por la accesibilidad en los precios y la aparición de los nuevos medios de comunicación y de tecnologías avanzadas, además de la flexibilización de los planes de estudios en la UABC, se estructura un nuevo programa educativo en la UABC que sustituyó a la de Licenciado en Turismo, denominado Licenciado en Gestión Turística, con un perfil más del tipo administrativo, atendiendo las nuevas tendencias del sector.

Por otro lado, el CONALEP amplió la cobertura de las necesidades del sector a través de la especialización de los perfiles de sus egresados técnicos, mediante el abordaje específico en el área de agencias de viaje, gastronomía y hotelería. Por otra parte, la aparición de nuevas tendencias en el ramo de los servicios turístico implicó la estructuración de carreras como la de Licenciado en Gastronomía, en la UABC, en UNIVER (ahora UNEA) y en *Culinary Art School*.

En la actualidad, es necesario atender una especialización del turismo que se encuentra no solo en efervescencia, sino que su crecimiento es exponencial y diverso, en temas que van desde el turismo gastronómico y enológico, hasta el turismo médico y de salud; lo que conduce a la necesidad de una reestructuración del PE de Licenciado en Gestión Turística, en respuesta a la evolución que el resto de los programas educativos que otras instituciones han venido ofertando.

Campo de actuación profesional

En las últimas décadas el turismo ha evolucionado, de ser de masas a turismo especializado. El turismo pasó de la estandarización a la singularidad, que genera mayor competitividad, por lo que se requiere creatividad e innovación. Internacional: vinculado a la demanda, pero también al mercado laboral; nuevas oportunidades de negocios en destinos emergentes, creación de empresas heterogéneas; hiperespecialización que requiere conocimientos puntuales (Espelt, 2010).

En el caso bajacaliforniano, la evolución del turismo en las últimas décadas ha sido de grandes cambios y de nuevos paradigmas que han conducido a dicha especialización del turismo. A partir de la recuperación económica de la crisis de Estados Unidos de América en el año 2008, México, y en especial Baja California, se vio en la necesidad de cambiar de manera radical el giro turístico tradicional de sol y playa, joven y de diversión, hacia otro con un enfoque predominantemente familiar, enológico, gastronómico, de negocios, de eventos y convenciones, médico y de salud, entre otros, etc. (Morgan, Cuamea, y Estrada, 2016).

La especialización del turismo bajacaliforniano se debe en mucho a esa necesidad de adaptación, no solo de las nuevas formas de turismo especializado, sino también

de orden económico y empresarial, ello ha llevado al surgimiento de productos turístico *semilla* de forma esporádica e individual a lo largo del estado, las cuales son ofertadas a un turismo especializado (Morgan, Cuamea, y Estrada, 2015).

En dicha reconfiguración se manifiestan, sobretodo, tipos de turismo que, si bien es cierto no son nuevos, han marcado un despunte claramente sobre otros; entre ellos se encuentran: el turismo gastronómico, el turismo enológico y el turismo médico y de salud Morgan, Cuamea, y Estrada, 2015).

Como un ejemplo, se puede citar lo sucedido en el municipio de Playas de Rosarito, el cual con la innegable incapacidad de los actores turísticos locales y regionales para mantener la atención y mirada del turista en el estado, diversas actuaciones esporádicas e individualizadas se fueron sucediendo en dicho municipio para hacer frente a las necesidades específica de turistas muy diferenciados unos de otros; es decir, la recuperación de la actividad turística, con mayor firmeza identificada, se ha dado a partir del ofrecimiento de actividades recreativas muy especializadas, para intereses muy específicos, especialmente en mercados del sur de California, EE.UU., con una derrama muy incipiente en su inicio, pero muy significativa para el momento (Morgan, J., Cuamea, O. y Estrada, A, 2016).

En el campo de actuación el profesional del turismo se reconoce que es un campo de aplicación multidisciplinario que ha transitado de la especialización técnica, a la administración, a la gestión integral de las experiencias vinculadas al turista; que, del turismo para las élites, al turismo de masas y el turismo hiperespecializado, la profesión se ha transformado, destacando los puntos siguientes a considerar para la reestructuración del plan de estudios:

- Las profesiones están vinculadas a las empresas y espacios que se relacionan con turistas y actividades recreativas: hotelería, empresas de alimentos y bebidas, viajes, eventos, atracciones, transporte, promoción, comunicación y gestión de destino.

- La formación de los profesionales tiene un fuerte componente práctico, vinculado a la comprensión de las actividades de soporte de intermediación y gestión en las empresas turísticas.
- El conocimiento del turismo, desde la perspectiva geográfica y económica, y la administración de empresas turísticas ya no son componentes suficientes para atender las necesidades de la formación de los profesionales del sector. La revisión documental realizada destaca la incorporación de conocimientos en mercadotecnia, comunicación y de tecnologías de la información (aplicadas en toda la cadena de valor de la actividad turística).
- La hiperespecialización de la actividad turística demanda que el profesional cuente con competencias para el trabajo interdisciplinario y transdisciplinario.
- La competitividad de los destinos turísticos y la búsqueda, por parte de los turistas de experiencias singulares, demandan de los profesionales del turismo competencias de manejo de la hospitalidad, procesos centrados en la alta satisfacción del cliente en servicios turísticos, estandarizando calidad, pero en el diseño de experiencias únicas.
- Las transformaciones derivadas del turista, transportación y tecnologías de la información, demandan innovación, creatividad, capacidad de adaptación y emprendimiento, requieren una base de investigación aplicada, pensamiento crítico y análisis.
- El uso de tecnologías de la información debe ser uno de los puntos angulares de la formación del profesional vinculado al turismo. El manejo de bases de datos para la toma de decisiones es uno de los ejes de aplicación más destacados que incorpora manejo estadístico, análisis y diseño de estrategias. La comunicación, la promoción y ventas, también incorporan el uso de plataformas digitales y comunicación en línea.

- El turismo se ha internacionalizado, por lo que se demandan habilidades de comunicación en distintos idiomas.
- La responsabilidad social y la sustentabilidad son dos elementos sustantivos del profesional del turismo, reconociendo que el turismo genera beneficios múltiples si se realiza bajo estos principios; los sistemas de gestión aplicados a estos criterios, serán un mecanismo adecuado para la formación de dichas competencias.

De acuerdo con la revisión documental realizada, la tendencia actual, ante la hipersegmentación de la demanda, se hace necesario la formación de profesionales del sector en áreas de investigación de mercados, diseño y comercialización de producto turístico; el manejo la promoción turística en medios convencionales y digitales, así como la corrección de impactos negativos económicos, sociales y ambientales para una adecuada gestión de destino.

Prospectiva de la profesión de Gestión Turística

En el mundo actual las profesiones asumen un papel fundamentalmente instrumental consideradas como elementos intangibles, su capacidad en el turismo funciona como motor en el desarrollo regional y en la generación de empleos, realiza las condiciones emergentes del mejoramiento social del país y pone en práctica, las formaciones y su inserción competitiva.

Por ejemplo, el papel del turismo ha sido importante para el desarrollo de los pueblos y la atención de las necesidades de los mismos, de acuerdo con la OMT (2014) “el turismo seguirá considerándose una herramienta en la lucha contra la pobreza y el impulsor del crecimiento económico, el desarrollo y el bienestar en los países en desarrollo”. Por ello, con la finalidad de continuar con la realización de esfuerzos enfocados a la reducción de la desigualdad, la OMT (2014) afirma que se continuará con la aplicación de iniciativas relacionadas en este rubro, tales como la iniciativa Turismo Sostenible-Eradicación de la Pobreza (ST-EP), así como el Comité de Conducción del Turismo para el Desarrollo. En este mismo sentido, la CEPAL (2015) reconoce que en un escenario de pobreza y de desigualdad, como lo

es en muchos casos en México, el turismo es una actividad económica que deberá contribuir a ampliar la inclusión social en el país, y por ende la reducción de la pobreza.

Los trabajos recientes plantean que el profesional del turismo debe de tener un conocimiento holístico, capaz de comprender, adaptarse e innovar en el entorno y las empresas del sector. Por ejemplo, diversos autores plantean que las IES deben de mantener la formación práctica, permanente y el perfeccionamiento de las prácticas profesionales, destacando que el profesional del sector es la base para una experiencia de calidad para el turista generando conocimientos multidisciplinares, optimizando la colaboración, posibilitando el flujo de información, conocimientos y experiencias de los grupos; contribuyendo al diseño e implementación de estrategias innovadoras (Suárez, 2011; Vera, Guillén y Sánchez, 2016; Sánchez, 2017; Peñaloza, *et. al.*, 2011).

Según Vera, Guillén y Sánchez, (2016) y Fuentes (2018), destacan componentes de formación vinculados a la responsabilidad social, ética y análisis crítico del profesional del turismo, partiendo de la base no sólo administrativa sino de diagnóstico, planeación, gestión de empresas turísticas; conocimiento del comportamiento del turismo; manejo de tecnologías de la información; puesta en valor del patrimonio intangible, vinculación social, emprendimiento y aseguramiento de la sustentabilidad en sus tres dimensiones, contribuyendo a la solución de problemas.

Bauzá (2017) destaca que el actual entorno digital permite al usuario eliminar la contratación de intermediarios, emitir opiniones en tiempo real, favorables o desfavorables, por lo que los profesionales del turismo deberán de contar con conocimientos del marco legal en contrataciones de prestación de servicios turísticos *on-line*, celebrados a distancia. También el entorno digital ha favorecido el surgimiento de nuevas especialidades. Por ejemplo, Tamarit (2017) caracteriza las competencias necesarias, el perfil y las habilidades que deberá tener el *Revenue Manager* responsable de maximizar ingresos, definir cuotas de mercado y definir beneficios a partir de las *big data*; desarrollará estrategias de precios, presupuestos,

proyección de demanda, etc. Para hacerlo requiere habilidades de organización y sistematización de la información, análisis cuantitativo, mentalidad estratégica; comunicación (este punto también lo destacan Intriago, Saldarreaga y Barco, 2018; facilitador de participación, Morales, 2014) pensamiento crítico, innovación e independencia en la toma de decisiones. También la OMT (2017) destaca la necesidad de que los profesionales del sector comprendan, repiensen y se adapten a las nuevas plataformas de servicios turísticos, derivadas del uso de plataformas digitales, las llamados economías compartidas (vinculadas a información, alojamiento, transporte, comida y actividades turísticas y recreativas).

Martínez, López y García (2018) destacan en un análisis de empleos, el único relacionado a servicios que aparece es la administración de la hospitalidad, es decir en el centro se encuentra el trato a las personas que utilizan los servicios turísticos desde una perspectiva integral: hospedaje, alimentación, entretenimiento, desde una perspectiva holística, de experiencia completa. Esta revisión documental es congruente con la perspectiva de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) que plantea la gestión de destino como mecanismo integral para el desarrollo de las actividades turísticas en una zona específica, donde se encuentra un clúster de oferta turística, y que deseablemente debe estar basada en cinco pilares: gobernanza, innovación, tecnología, accesibilidad y sustentabilidad, reconociendo la interacción de agentes privados, públicos, la comunidad, los turistas, y el entorno.

La perspectiva holística del manejo de los elementos del destino turístico o su contribución desde una perspectiva empresarial, es una competencia deseable en el profesional del turismo, mismo que estará inserto en la realización de actividades vinculadas. El objetivo es mantener la competitividad del destino, integrando y siendo responsables con el uso del patrimonio cultural, natural y social, generando beneficios para los residentes; innovando a través de estrategias que solucionen conflictos; busca promover el consumo y la producción sustentable, favoreciendo la interacción entre los visitantes y los residentes, en concordancia con los Objetivos del Desarrollo fijados por Naciones Unidas (OMT, 2019).

Ahora bien, por otro lado, se espera que el 'Turismo se vea influenciado en el tema de seguridad y, específicamente, del narcotráfico en México. Sin embargo, y de acuerdo con Osorio, Ramírez, y Viesca (2017), a pesar de que las redes del narcotráfico y la trata de hombres y mujeres se mantendrán, sobre todo a escala global, se espera que se establezcan programas financieros que permita la apertura de nuevos mercados de trabajo que se enfoquen en la ocupación de mujeres y grupos marginados, de tal suerte que dichas prácticas se vean combatidas y disminuidas.

En la escala nacional, los temas de inseguridad y de narcotráfico repercutirán de manera negativa en el desarrollo sostenible del turismo nacional, mientras que los destinos turísticos que no presenten índices pronunciados de violencia tendrán dicha característica como una ventaja competitiva creciente de manera proporcional. Se cree que el turismo en México podría fortalecerse mediante la aplicación de dos principales elementos a atender; por un lado se hace necesario el incremento y la mejora notable de la coordinación entre las redes de los cuerpos policiales y niveles o esferas correspondientes; mientras que por otro lado se vuelve necesaria la implementación de programas destinados a vigilar y proteger al visitante (turista) en los destinos turísticos nacionales donde se presente una mayor incidencia de inseguridad y violencia (Osorio, Ramírez, y Viesca, 2017).

Por otro lado, en la esfera global, se espera que las naciones compartan su soberanía con el fin de hacer frente a los desafíos de índole internacional en el ramo de la inseguridad, a pesar de que esta se encuentre enfocada en destinos y regiones específicas (*La carte d'un tourisme rétrécit*, 2015).

La política pública nacional en los temas del turismo, aborda que, ante la notable afectación que ha venido recibiendo el modelo típico de *sol y playa*, así como por el oscilante desempeño que ha venido mostrando la actividad turística, está se enfocará en aprovechar los potenciales que hasta el momento no han sido aprovechados, promoviendo una diversificación de los productos turísticos nacionales y regionales, aprovechando los nichos de mercado poco abordadas, así

como las relacionadas con los recursos naturales y culturales y servicios de bajo costo (Gobierno de México, 2013).

Además, será necesario que dicha política pública, así como las iniciativas nacionales de turismo, se basen en los preceptos de la sustentabilidad integral, procurando una distribución más equitativa de los ingresos obtenidos por turismo, facilitando una mejor atracción de segmentos de demanda turística que cuentan con una mayor conciencia ambiental y social. Así, se estima que en México será necesario desarrollar nuevos productos que se desentiendan de la estandarización global si es que se quieren aprovechar los nichos de mercado emergentes mediante el desarrollo de nuevos destinos turísticos (Osorio, Ramírez, y Viesca, 2017).

En general, se espera que los flujos turísticos se vean incrementados de manera importante, sobre todo por aspectos como el aumento en la esperanza de vida, la mejora de la calidad de vida de los adultos mayores, así como el incremento del estrés en personas que residen en los extensos espacios urbanos. Además de estos aspectos, se consideran otros, como los notables cambios en el comportamiento de género, los grandes avances de la inclusión de la mujer en la sociedad y en el trabajo, etc.; que inciden en un considerable aumento de casos donde la mujer viaja por negocios, viaja sola, etc. (ABC Economía, 2015).

Las nuevas formas de consumo se harán presentes en México, sobre todo por la especialización del turismo del cual ya se ha hecho mención, lo que conducirá no solo a vacaciones más especializadas, sino que permitirá al turista elegir opciones que considere mejor para sí mismo y, que desde su perspectiva, le ofrezca un mejor servicio a un mejor precio, conduciendo a su comportamiento no solo a un consumismo por interés propio, sino a uno de tipo ético, con tendencia individualista y autodiferenciadora, desentendiéndose de los paquetes turísticos para centrarse en una mayor conciencia social y ambiental (Osorio, Ramírez, y Viesca, 2017).

En lo relativo a las tendencias presentadas por la diferenciación generacional, en los términos globales, se espera que los *baby boomers* (personas que nacieron de 1943 a 1960, aproximadamente) demanden servicios adecuados a sus deseos; es decir,

atención a su salud, memorias del pasado, etc., tales como el turismo étnico, turismo de salud y médico, etc. La *Generación X* (las personas que nacieron de 1960 a 1980) se interesará por experiencias que sean “auténticas”, que conlleven una integración íntima con los lugares de visita, con experiencias especializadas, educativas, culturales, etc. La *Generación Y* (nacidas de 1980 a 1995), también conocidas como *millennials*, buscarán realizar viajes y turismo con actividades divertidas, con propósitos gratificantes, con significado espiritual y aprendizaje cultural local, a través de la visita a nuevos lugares y destinos aún no explorados o poco conocidos, que les proporcionen nuevos productos, nuevas atracciones, alimentos desconocidos o exóticos, etc.; siempre caracterizada por el uso de las nuevas tecnologías y un consumo en establecimientos locales o artesanales, impulsando la economía colaborativa. Esta generación de viajeros se interesa por nuevas formas de turismo, los cuales se verán incrementados por los mismos; tales como el espiritual, el *dark-tourism*, el de desastres, de sitios bélicos, de violencia, de desastres naturales e incluso de aquellos donde se haya presentado algún acto terrorista (Osorio, Ramírez, y Viesca, 2017).

En relación al ámbito nacional, con respecto a dichos asuntos de tendencias del turismo, no se espera que se fomente la individualización del turismo ni de las experiencias en dicha actividad, debido a que no habrá un notable crecimiento del poder adquisitivo de los mexicanos, por lo que también se espera que la práctica del turismo alternativo, de preocupación social y ambiental, crezca de manera ralentizada y lenta, y que por ende, implicará que no haya cambios en la manera en la cual se vienen realizando las acciones de mercadeo con esquemas tradicionales de promoción y publicidad, siendo el aspecto más fuerte el de la lealtad del consumidor (turista). También se vislumbra poco crecimiento del turismo social, previendo un crecimiento marginal de la demanda doméstica con condiciones poco favorables para el desarrollo de dicho turismo nacional (Osorio, M., Ramírez, I. y Viesca, C.; 2017).

2.1.4 Conclusión

De acuerdo con los autores mencionados en la elaboración del análisis de la profesión y su prospectiva, describen que la formación del especialista del turismo

está vinculada a la administración, mercadotecnia, comunicación, no al turismo desde una perspectiva teórica de economía o geografía.

Lo anterior es derivado de que el turismo es un fenómeno complejo, dinámico y cambiante, en un estudio se destacan cinco cambios múltiples del sector que inciden en el proceso de formación: la creatividad e innovación, la internacionalización, los nuevos negocios emergentes y la hiperespecialización.

Mencionan que el turismo puede ser abordado desde otras áreas como la sociología, antropología y psicología, reiterando la perspectiva de un campo de intervención multidisciplinaria.

Así, los retos que se derivan de estos cambios y que requieren que el estudiante incorpore capacidad de adaptación, creatividad, emprendedurismo, enfoques en múltiples escalas "glocales", manejo de las tecnologías de la información y comunicación, especializaciones y código de ética. El modelo educativo tendrá que ser flexible, altamente vinculado con el sector turístico, transdisciplinario, internacionalizado y creador de entornos.

2.2 Análisis comparativos de programas educativos

2.2.1 Objetivo

Realizar un análisis comparativo de programas educativos de diferentes universidades nacionales e internacionales afines al programa educativo Licenciado en Gestión Turística.

2.2.2 Método

La realización del presente análisis comparativo del programa educativo Licenciado en Gestión Turística de la UABC, en relación con otros programas ofertados tanto en universidades nacionales como extranjeras, se basa en la recopilación de datos vía fuentes secundarias, las cuales fueron clasificadas y ordenadas, para ser concentradas en cuadros informativos que facilitaran su interpretación; es decir, se refiere a una revisión literaria y bibliográfica que permite conocer el estado del Plan

de estudios de Licenciado en Gestión Turística en comparación con otras licenciaturas afines.

2.2.3 Resultados

De acuerdo con las necesidades que en la actualidad demanda un perfil del profesional del turismo, se realiza un análisis comparativo de los programas educativos afines al de Licenciado en Gestión Turística, el cual se imparte en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia campus Tijuana y en la Facultad de Ciencias Administrativas, campus Mexicali de la UABC, con la finalidad de establecer una relación entre dicha licenciatura y los programas educativos que se ofertan tanto a nivel nacional como a nivel internacional, por considerar que el PE en cuestión se oferta en la región fronteriza de mayor dinamismo en el mundo.

En este sentido, se analiza, en primera instancia, a seis licenciaturas que son referentes nacionales de calidad de acuerdo con la encuesta anual del Times of London, Higher Education Supplement 2019, ofertadas por universidades mexicanas que permitan ubicar el programa educativo Licenciado en Gestión Turística en comparación con otros programas educativos similares en la esfera nacional; las Licenciaturas en Dirección Internacional de Hoteles y en Turismo Cultural y Gastronómico de la Universidad Anáhuac (Anáhuac), la Licenciatura en Turismo del Instituto Politécnico Nacional (IPN), la Licenciatura en Administración de la Hospitalidad de la Universidad Iberoamericana (UIA), la Licenciatura en Turismo de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), y la Licenciatura en Turismo de la Universidad de Guadalajara (UdeG).

Análisis de los programas educativos de universidades nacionales

Sobre los perfiles de ingreso

La revisión y análisis de los contenidos temáticos y estructurales de los planes de estudio de los programas educativos a nivel nacional, los cuales fueron mencionados en el apartado anterior, se presenta en varios rubros de acuerdo a dichos contenidos de forma individual, de tal manera que no necesariamente todos los casos coinciden íntegramente entre ellos, pues resulta de notada y esperada obviedad que sus estructuras y presentaciones sean diferentes, y respondan a

necesidades muy específicas de acuerdo a las condiciones sociales, geográficas, demográficas y económicas en las que dichos programas se enmarcan en sus respectivas realidades.

En este sentido, y abordando primeramente la variable de perfil de ingreso a cada uno de estos programas educativos, se puede observar que a diferencia de Licenciado en Gestión Turística de la UABC (LGT-UABC); la cual centra sus exigencias de perfil de ingreso en rubros sociales, económicos y administrativos, con las matemáticas como disciplina base de las ciencias exactas; en la Licenciatura en Turismo del Instituto Politécnico Nacional (LT-IPN) no se consideran ni se hace enfoque especial en las Ciencias Sociales como aspectos necesarios para su ingreso; sin embargo, coinciden ambos programas educativos en requerimientos de ingreso con conocimientos en el ámbito administrativo, pero con una mayor concentración en el perfil contable que en el económico. Por otro lado, la LT-IPN coincide con la LGT-UABC en solicitar a sus aspirantes habilidades de computación, liderazgo y toma de decisiones, comunicación oral y escrita, habilidades para el análisis y la síntesis, sensibilización con el medio ambiente, y una formación basada en valores, tales como: ética, tolerancia, compromiso, responsabilidad, honradez y respeto.

En este orden de ideas, la Licenciatura en Administración de la Hospitalidad de la Universidad Iberoamericana (LAH-UIA) coincide en requerir aspectos como el manejo del idioma inglés (al menos hasta un cierto nivel básico o medio), vocación de servicio, ciertas capacidades para llevar a cabo gestión administrativa, manejo de sistemas de cómputo, y capacidad para el trabajo en equipo. Sin embargo, se diferencian en elementos como contar con habilidades cuantitativas y cualitativas, ser creativos e innovadores, liderazgo, contar con la suficiente adaptabilidad para desempeñar diferentes puestos y tareas, contar con una visión global de las situaciones, contar con empatía para resolver las necesidades de los clientes y del personal a su mando, y un gran gusto por las costumbres y culturas a lo largo y ancho de México.

En el otro sentido, la LAH-UIA no exige manejo de conocimientos en los ámbitos sociales, manejo de las matemáticas, conocimientos en las ciencias económicas, capacidad para la comunicación, capacidad para la toma de decisiones, aptitudes para trabajar en equipo, espíritu de emprendimiento, y tolerancia.

Ahora bien, en la Licenciatura en Turismo de la Universidad Autónoma del Estado de México (LT-UAEM), en coincidencia existen requisitos de ingreso tales como: el manejo de las matemáticas y el pensamiento matemático, tener capacidad de síntesis y derivar conclusiones, actitud de servicios e innovar en ellos, y contar con capacidades de emprendimiento. En el otro sentido, la LT-UAEM solicita a sus aspirantes aspectos como pensamiento analítico, estructura de la lengua y comprensión lectora, saber dar solución a problemas, comprender diferentes desafíos, contar con perspectiva teórica y metodológica. Sin embargo, de manera contraria, no son requeridos aspectos tales como: conocimientos sociales, conocimientos en economía y administración, manejo del idioma inglés, manejos de sistemas de cómputo, capacidad para proponer y tomar decisiones, saber trabajar en equipo, y contar con actitud de tolerancia.

En materia de revisar las congruencias y diferencias, la Licenciatura en Turismo de la Universidad de Guadalajara (LT-UdeG) observa similitudes como interés en conocimientos básicos de tipo administrativo y socioeconómico, aptitudes y conocimientos en el manejo tecnologías o sistemas de cómputo, actitudes enfocadas a la comunicación de tal suerte que otorgue capacidades para la negociación, capacidad de análisis y de síntesis, espíritu de servicio, habilidad para las relaciones humanas y el trabajo en equipo, tolerancia, sentido de responsabilidad social, y manejo de al menos un idioma extranjero, como por ejemplo el inglés. En caso contrario, se difiere en aspectos como: el interés en los recursos naturales y culturales, pasión por la objetividad y la científicidad, aptitudes de razonamiento lógico, capacidad de cuestionarse sobre problemas fundamentales que la actualidad presenta, aptitud de rapidez de respuesta, aptitud de argumentación eficaz, capacidad para observar, capacidad para retener, memoria, adaptabilidad y sociabilidad, actitud propositiva, prudencia, participativo, con actitud positiva hacia los cambios, innovador, crítico, visionario, con juicio, y con sentido común. Por otra

parte, la LT-UdeG no incluye requisitos como: conocimientos en matemáticas, saber proponer y tomar decisiones, actitud de servicio, y capacidad para el emprendimiento (Ver tabla 25).

Tabla 25. Comparación del perfil de ingreso del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales

PERFIL DE INGRESO				
Programas Educativos				
Universidades Nacionales				
LGT UABC	LT-IPN	LAH-UIA	LT-UAEM	LT-UdeG
<p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ciencias Sociales • Matemáticas • Ciencias Económico-Administrativas • Inglés <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Manejo de Sistemas de Cómputo • Capacidad de Análisis • Capacidad de Síntesis • Saber proponer y tomar decisiones <p>Actitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Actitud de Servicio • Tolerancia • Espíritu de Emprendimiento 	<p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas • Procesos Contables y administrativos • Idioma Inglés en un nivel mínimo PET Cambridge • Computación básica • Manejo de una lectura crítica y reflexiva • Conocimientos en Comunicación Oral y Escrita • Manejo de Técnicas de Investigación <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Capacidad de análisis y de síntesis • Creatividad • Apreciación y preservación del medio ambiente <p>Valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética • Tolerancia • Compromiso • Responsabilidad • Honradez • Respeto 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad para comunicarse • Manejo del Inglés y otro idioma • Vocación de servicio • Capacidad en la gestión administrativa • Habilidades cuantitativas y cualitativas • Creativo, innovador • Habilidades de liderazgo • Capacidad de trabajo en equipo • Habilidades en el manejo de equipo de cómputo • Apertura para desempeñarse en diversos puestos y desarrollo de tareas • Visión global para el análisis de situaciones micro y macro • Empatía a necesidades del clientes y personal • Interés por las costumbre y culturas de México • Disposición para realizar prácticas • Vocación de 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento matemático • Pensamiento analítico • Estructura de la lengua • Comprensión lectora • Capacidad para lograr nuevos aprendizajes del turismo • Capaz de encontrar estrategias para realizar inferencias • Capaz para derivar conclusiones • Capaz de solucionar problemas • Comprender desafíos y temas emergentes del turismo • Enfoques y perspectivas teórico-metodológicas • Competencias para comprender el mundo e influir en él • Innovación de productos, procedimientos y servicios en las organizaciones relacionadas con el turismo en los sectores 	<ul style="list-style-type: none"> • Interés por el estudio de aspectos administrativos • Interés por estudios de comercialización y negociación • Interés por el estudio de los problemas socioeconómicos • Interés por el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales • Pasión por la objetividad y la científicidad • Pasión por estar bien informado • Razonamiento lógico • Capacidad para cuestionar sobre problemas de actualidad • Capacidad para rastrear causas y principios de problemas de actualidad • Rapidez de respuesta • Manejo de una argumentación eficaz • Dominio de un idioma extranjero • Capacidad de observación, retención y memoria • Adaptabilidad y

		servicio • creatividad e innovación.	público, privado y social • Capacidad de emprendimiento • Hospitalidad	sociabilidad • Manejo de sistemas tecnológicos • Actitud abierta al diálogo • Actitud abierta a la negociación y a la persuasión • Espíritu de servicio • Propositivo • Prudente • Participativo • Habilidad para las relaciones humanas • Habilidad para la comunicación • Habilidad para el trabajo en equipo • Actitud positiva hacia el cambio estratégico • Innovador • Crítico • Visionario • Con juicio y sentido común • Sentido de la responsabilidad social
--	--	---	--	---

Fuente: Elaboración propia, con base en UABC, 2019; IPN, 2019; UIA, 2019; UAEM, 2019; y UdeG, 2019.

Sobre los perfiles de egreso

En materia de revisión de los requisitos en materia de perfiles de egreso, se realizó la comparación con los programas educativos incluidos en la fase anterior, sumando a estos programas los que ofrece la Universidad Anáhuac: la Licenciatura en Dirección Internacional de Hoteles (LDIH) y la Licenciatura en Turismo Cultural y Gastronómico (LTCG. No existe información disponible acerca de los perfiles de ingreso de estos programas educativos).

En este sentido, se logró identificar ciertas similitudes con el perfil de egreso de la LDIH-Anáhuac, la cual se relaciona, al igual que la LGT-UABC, con los conocimientos en materia de dirección y administración, con una capacidad de desarrollarse en áreas directivas de empresas turísticas y desarrollo turísticos gubernamentales, con especial énfasis de la LDIH-Anáhuac en el ramo hotelero. En

relación a la LTCG-Anáhuac, la similitud esencial es la de generar estrategias y planes de desarrollo turístico; pero, mientras la LTCG-Anáhuac lo propone de manera vinculada al sector turístico, la LGT-UABC lo hace de manera genérica, tanto para desarrollos turísticos como para gubernamentales. Por otro lado, la LDIH-Anáhuac prepara a sus egresados para reconocer las necesidades que presenta el sector turístico (especialmente el ramo hotelero) y ofrecer soluciones que sean tanto innovadoras como competitivas, con un entendimiento del mercado global y con un enfoque estratégico; mientras que la LTCG-Anáhuac prepara a sus egresados para poder dirigir proyectos enfocados a la capitalización de los recursos patrimoniales (tanto los culturales e históricos como los naturales), a diseñar servicios y productos turísticos y a la vez implementarlos y ponerlos en marcha. De las características que resaltan en diferencias con los perfiles de egresado de la Universidad Anáhuac, se numeran: conocimientos de la disciplina de Mercadotecnia, manejo de finanzas, y capacidad para la Organización de Eventos.

En relación a las similitudes encontradas con la LT-IPN, se puede mencionar el desarrollo de capacidades para planear, organizar, ejecutar, asesorar, dirigir y evaluar las operaciones que se realizan en las organizaciones turísticas, ya sean de índole privado o de índole público. Además, se encontró similitud en el hecho de preparar a sus egresados para que puedan ser competentes para analizar, sintetizar, comprender y evaluar la actividad turística, al igual que su entorno, para la toma de decisiones. Otra habilidad es la de saber diseñar, desarrollar y comercializar productos turísticos, así como trabajar en equipo. En otro orden de ideas, entre las diferencias detectadas se encuentran: preparar a sus egresados en la utilización de nuevas tecnologías de información y comunicación en materia del ejercicio de su profesión, manejo de las relaciones públicas en las organizaciones turísticas, conocimientos en la aplicación de estándares de calidad nacionales e internacionales en materia de servicios turísticos, y por último, los egresados son preparados para expresarse de manera eficiente de manera oral y escrita; mientras que la LGT-UABC concentra esfuerzos para lograr que sus egresados tengan una buena base de conocimientos en Mercadotecnia, en Finanzas y en la organización de eventos, con herramientas que le permitan crear nuevas empresas del ramo

turístico, así como para desarrollarse en organismos gubernamentales relacionados con la actividad turística.

En este mismo sentido, la gran similitud que se comparte con la LAH-UIA es la preparación de sus egresados para poder dirigir áreas funcionales en organismos empresariales (sobre todo del ramo de la hospitalidad), con la similitud de incorporar en dicha formación elementos de conciencia sustentable y de responsabilidad social, así como capaces de promover a sustentabilidad ambiental y la justicia social. En cuanto a las diferencias se pueden observar, la preparación de sus egresados en el diseño de conceptos que se consideren innovadores en cuanto a negocios del Turismo (ramo hotelero) a partir de una comprensión amplia del entorno económico, político y social; mientras que en la LGT-UABC resaltan conocimientos de tipo más amplio en cuanto al ramo turístico, y no centrado solamente en el ramo hotelero. Otra diferencia es que el egresado de LGT-UABC es capaz de organizar eventos, cuenta con herramientas para la creación de empresas turísticas, y cuenta con formación para desarrollarse en organismos de tipo gubernamental

Así, las similitudes con la LT-UAEM, esencialmente se puede mencionar que sus egresados cuentan con elementos teóricos y prácticos que les permiten participar en la intervención del diseño, evaluación, ejecución y gestión, tanto de planes como de proyectos y programas, de los ámbitos públicos y privados; mientras que, a diferencia de su contraparte, la LGT-UABC exige a sus egresados contar con conocimientos contables, administrativos, mercadológicos, financieros y de organización de eventos.

Las principales similitudes que se comparten con la LT-UdeG son: una formación humanista, sentido de la responsabilidad social, solidaridad, conocimientos y capacidades para planear, desarrollar y dirigir organizaciones e instituciones turísticas, dirección, diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos, estudios del perfil del consumidor y manejo de lengua extranjera. Sin embargo, difieren en contar con visión global y local, así como de liderazgo e internacional. Otras diferencias inciden en la formulación de proyectos sustentables de inversión, comercialización del turismo, así como la operación de estrategias orientadas a la

comercialización orientada a incrementar los flujos turísticos, al igual que para el diseño de estrategias de desarrollo y fomento del turismo mediante alternativas de negociación y solución de conflictos, con dominio y aplicación de las TIC (Ver tabla 26).

Tabla 26. Comparación del perfil de egreso del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales

PERFIL DE EGRESO					
Programas Educativos Universidades Nacionales					
LGT UABC	LDIH y LTCG Anáhuac	LT-IPN	LAH-UIA	LT-UAEM	LT-UdeG
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de Admón, Mercadotecnia, Finanzas y Organización de eventos • Creación de empresas turísticas • Desarrollo en áreas directivas de empresas turísticas y desarrollos turísticos o gubernamentales 	<p>LDIH:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer necesidades del sector • Capaz de comunicar y ofrecer soluciones innovadoras y competitivas • Entendimiento del mercado global con enfoque estratégico • Conocimiento en dirección y admón. de empresas hoteleras <p>LTCG:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Genera estrategias y planes de desarrollo turístico vinculado • Dirige proyectos enfocados a capitalizar los recursos patrimoniales • Diseña e implementa productos y servicios turísticos • Aprovechamiento sustentable 	<ul style="list-style-type: none"> • Planear, organizar, ejecutar, asesorar, dirigir y evaluar las operaciones que se realizan en las organizaciones turísticas • Analizar, sintetizar, comprender y evaluar la actividad turística y su entorno para la toma de decisiones • Diseñar, desarrollar y comercializar producto turístico • Utilizar nuevas tecnologías de información y comunicación para el ejercicio de su profesión • Manejar las relaciones públicas en organizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir las áreas funcionales en las empresas de la hospitalidad • Considerar el desarrollo sustentable y la Responsabilidad Social. • Diseñar conceptos innovadores de negocio de la industria de la hospitalidad • Actuar a partir de la comprensión del entorno económico, político y social • Promover la sustentabilidad ambiental y la justicia social 	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con los elementos teóricos y metodológico • Intervención en el diseño, ejecución, evaluación y gestión de planes, programas, proyectos • Emprendimientos innovadores de organizaciones en los ámbitos público, privado y social • Fortalecer la sustentabilidad y competitividad del turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación humanista • Sentido de solidaridad social • Compromiso con el desarrollo sustentable • Visión internacional • Liderazgo • Capacidades y conocimientos para: planear, desarrollar y dirigir organizaciones turísticas • Formular y evaluar proyectos sustentables de inversión y comercialización del turismo • Diseño y desarrollo de productos y servicios turísticos • Diseñar y operar estrategias de comercialización para incrementar

	de los recursos patrimoniales .	turísticas <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar estándares de calidad nacionales e internacionales en el servicio turístico • Expresarse en forma oral y escrita • Trabajar en equipo 			los desplazamientos de los turistas <ul style="list-style-type: none"> • Proponer estrategias de desarrollo y fomento del turismo • Negociación y solución de conflictos • Dominio de las TICs • Dominio de técnicas de investigación • Lengua extranjera
--	---------------------------------	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia, con base en UABC, 2019; IPN, 2019; UIA, 2019; UAEM, 2019; y UdeG, 2019.

Sobre los planes de estudio

Tomando en cuenta que el primer año del plan de estudios de la LGT-UABC es del tronco común de las Ciencias Económico-Administrativas, el cual se imparte en toda la DES (Dependencias de Educación Superior) correspondiente de la UABC, se omitirá su referencia en el texto al igual que en los cuadros, en el entendido de que dicho Tronco Común incluye, para todos los programas educativos de la mencionada DES, las asignaturas mencionadas en la tabla.

En este sentido, se puede observar en la tabla 27 que existe cierta rigidez con la cual se debe cumplir en la actualidad en materia de las unidades de aprendizaje que el estudiante de la LGT-UABC debe cursar en su primer año de carrera, el cual no incluye ningún acercamiento de cualquier tipo relacionado con el turismo, lo que conlleva un notable desaprovechamiento del tiempo referido, procrastinando inevitablemente el contacto del estudiante con la disciplina turística, y saturando de temas básicos para entender el fenómeno turístico de manera simultánea en el 3er. Semestre.

Tabla 27. *Tronco Común de la DES Económico-Administrativas de la UABC*

TRONCO COMÚN DE LA DES DE LAS CIENCIAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS	
1er. Semestre	2DO. SEMESTRE

<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación Oral y Escrita • Contabilidad • Desarrollo Humano • Entorno Global de los Negocios • Matemáticas • Responsabilidad Social • Tecnología de la Información 	<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad Aplicada • Derecho • Economía • Lógica para la Toma de Decisiones • Probabilidad y Estadística • Proceso Administrativo • Sistemas de Información
---	--

Fuente: Elaboración propia, con base en UABC, 2019.

Por ello, esta situación es muy importante que se considere a profunda auscultación, pues da lugar a conflictos de repetición de contenidos y de invasión de los mismos en diferentes unidades de aprendizaje que se imparten después del referido Tronco Común, afectando de manera directa la incursión adecuada del estudiante en el mundo académico del turismo, y de manera indirecta a los procesos de enseñanza-aprendizaje diseñados por el docente al momento de impartir su cátedra.

En este orden de ideas, mientras que los estudiantes de la LGT-UABC atienden en su primer año de carrera el mencionado tronco común, otros programas de licenciatura van avanzando notablemente a sus estudiantes en la incursión del fenómeno turístico y modelos de formación en esta disciplina en México, han optado por abordar, desde el primer momento de su ingreso a dichos programas, al Turismo, como base imprescindible de su formación (ver tabla).

Así, es notable observar que la LDIH-Anáhuac y la LTCG-Anáhuac, en su primer año de clases, ofrece materias relacionadas con el turismo, tales como: Mercadotecnia Turística, Hospitalidad, Taller de Alimentos y Bebidas e Introducción a la Hospitalidad y el Turismo. En la LTCG de la misma universidad se ofrece la materia de Introducción al Turismo. La LT-IPN ofrece unidades de aprendizaje como: Introducción al Turismo e Introducción a la Operación de Empresas Turísticas. Por otro lado, la LAH-UIA no ofrece unidades de aprendizaje directamente relacionadas con el Turismo, pero sí con algunas que se encuentran estrechamente vinculadas a esta disciplina; entre estas se encuentran: Administración, Fundamentos de Mercadotecnia y Comunicación Directiva; así mismo, la LT-UAEM ofrece materias como: Contextualización del Turismo, Patrimonio Cultural Mundial, Administración y Patrimonio Cultural de México. Por

último, la LT-UdeG cuenta con materias de la disciplina turística tales como: Fundamentos del Turismo y Geografía Turística (Ver tabla 28).

Tabla 28. Comparación del primer año de cursos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales

Programas Educativos de Universidades Nacionales Contenidos impartidos en el primer año del PE				
LDIH y LTCG Anáhuac	LT-IPN	LAH-UJA	LT-UAEM	LT-UdeG
<p>LDIH Operación y manejo de competencias generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercadotecnia Turística • Hospitalidad • Servicio • Taller de Alimentos y Bebidas • Fundamentos de Cata de Vinos • Introducción a la Hospitalidad y el Turismo. <p>LTCG:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al Turismo • Operación • Métodos de Investigación 	<p>Introducción y competencias generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estadística • Cálculo • Contabilidad • Finanzas • Desarrollo humano • Introducción al Turismo • Introducción a la Operación de Empresas 	<p>Primer Semestre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración • Economía General • Taller de Comunicación Oral y Escrita • Taller de Contabilidad I • Introducción a la Vida Universitaria • Métodos Cuantitativos I <p>Segundo Semestre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de Mercadotecnia • Comunicación Directiva • Dirección del Factor Humano • Métodos Cuantitativos II • Sociología de las Organizaciones • Taller de Gestión para los Negocios • Taller de Información Contable y Financiera 	<p>Primer Semestre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contextualización del Turismo • Pensamiento Universitario • Sociología • Economía • Patrimonio Cultural Mundial • Métodos y Técnicas de Investigación <p>Segundo Semestre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnologías y Aprendizaje Autónomo • Psicología • Sociedad • Naturaleza • Administración • Patrimonio Cultural de México • Inglés 5 	<p>Primer Semestre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración I • Matemáticas I • Fundamentos del Turismo • Economía I • Contabilidad General • Universidad y Siglo XXI • Inglés I <p>Segundo Semestre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración II • Estadística I • Tecnologías de la Información • Economía II • Finanzas I • Geografía Turística • Inglés II

Fuente: Elaboración propia, con base en IPN, 2019; UJA, 2019; UAEM, 2019; y UdeG, 2019.

En cuanto a los años subsecuentes del proceso de formación de los estudiantes de la LGT-UABC, mayoritariamente coincide con el resto de licenciaturas analizadas en este apartado, en el sentido de que abordan ya plenamente asignaturas derivadas y enfáticamente relacionadas con el turismo. Si bien es cierto que algunas se

encuentran más especializadas que otras; como por ejemplo las LTGG y LDIH de la Universidad Anáhuac; también es cierto es que en lo general se tratan sus contenidos en materia turística, lo cual se entiende como válido en el sentido de que cada programa educativo debe cumplir con el perfil de egreso establecido, las necesidades de su entorno y con la especialización de su carrera; como es en el caso de la LGT-UABC, la cual aborda unidades de aprendizaje relacionadas con la organización de eventos, la administración, mercadotecnia y la planeación.

Ahora bien, es importante hacer notar que, en el tercer semestre de dicha licenciatura (LGT-UABC) se aglomeran ciertas unidades de aprendizaje del orden turístico de manera simultánea, y las cuales deberían impartirse de manera secuenciada.

Así, coinciden en tercer semestre las siguientes unidades de aprendizaje: Entorno Turístico, Geografía Turística Nacional, Estadística Aplicada al Turismo y Ecología Turística (Ver tabla 29).

Tabla 29. Comparación del segundo año de cursos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales

Programas Educativos de Universidades Nacionales					
Contenidos impartidos en el segundo año del PE					
LGT UABC	LDIH y LTGG Anáhuac	LT-IPN	LAH-UIA	LT-UAEM	LT-U de G
<ul style="list-style-type: none"> Entorno Socioeconómico de México Entorno Turístico Geografía Turística Nacional Integración y Desarrollo del Talento Humano Mercadotecnia Estadística Aplicada al Turismo Ecología Turística 	<p>LDIH</p> <ul style="list-style-type: none"> Administración y competencias generales Derecho Especializado Comportamiento Organizacional Manejo de cuentas Control en la hospitalidad <p>LTGG</p> <ul style="list-style-type: none"> Buenas Prácticas Técnicas Manifesta- 	<ul style="list-style-type: none"> Herramientas para el Análisis e Interpretación Administración financiera Comportamiento Organizacional Estadística Inferencial Destinos y Productos de México 	<ul style="list-style-type: none"> Estadística I Desarrollo Emprendedor Fundamentos de operaciones Entorno Legal de los Negocios Administración de la Hospitalidad Turismo Administración de Servicios de Alimentos Entrenamiento Administración del Hospedaje Taller de 	<ul style="list-style-type: none"> Tiempo Libre y Ocio Comprensión de Textos Académicos Estadística Cultura, Sociedad y Turismo Mercadotecnia Cultura Popular de México Inglés 6 Perspectivas Teóricas del Turismo Argumentación y Comunica- 	<ul style="list-style-type: none"> Psicología Aplicada al Turismo Estadística II Expresión Oral y Escrita Patrimonio Cultural Análisis Contable y Financiero Conceptos Jurídicos Fundamentales Inglés III Mercadotecnia Investigación de Operaciones I

<ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas Financieras • Componentes del Sistema Turístico • Geografía Turística Universal • Servicio al Cliente • Toma de Decisiones Gerenciales en Empresas Turísticas • Metodología de la Investigación • Turismo Reuniones • Administración de Ventas 	<p>ciones Culturales</p>		<p>Alimentos y Bebidas I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas Financieras • Administración del Tiempo Libre • Reflexión Universitaria I • Mercadotecnia de Servicios 	<p>ción Académica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo y Sustentabilidad • Contabilidad • Inglés 7 	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio Natural • Gestión de Empresas de Hospedaje • Gestión de Empresas de Alimentos y Bebidas • Legislación Aplicada al Turismo • Inglés IV
---	--------------------------	--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia, con base en UABC, 2019; IPN, 2019; UIA, 2019; UAEM, 2019; y UdeG, 2019.

Para el tercer año de cursos en las licenciaturas analizadas, solo se puede señalar que la continuación del abordaje de materias relacionadas con el turismo es muy clara, con la notable aparición de materias más complejas y mayormente especializadas en el turismo, tal como corresponde a una etapa de tipo disciplinaria en los planes de estudio (Ver tabla 30).

Tabla 30. Comparación del tercer año de cursos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales

Programas Educativos de Universidades Nacionales					
Contenidos impartidos en el segundo año del PE					
LGT UABC	LDIH y LTCG Anáhuac	LT-IPN	LAH-UIA	LT-UAEM	LT-UdeG
<ul style="list-style-type: none"> • Administración Estratégica • Legislación Turística • Logística 	<p>LDIH</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo y Liderazgo en Servicio • Administración • Prácticas • Inducción al 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de Mercados Turísticos • Comercialización de Producto Turístico • Marco Legal 	<ul style="list-style-type: none"> • División Cuartos • Servicios Hospitalarios y de Asistencia • Taller de Alimentos y 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyección Ética y Profesional • Políticas Públicas para el Turismo • Impactos del Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercadotecnia Turística • Gestión de la Calidad • Ecoturismo • Organización de Congresos,

<ul style="list-style-type: none"> y Operación de Eventos • Operación de Establecimientos de Alimentos y Bebidas • Operación de Servicios de Viaje • Dirección y Organización de Eventos • Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas • Inglés Tópicos Selectos Turismo • Operación Establecimientos Hospedaje • Planeación Financiera • Inglés Especializado para Turismo • Diseño y Planeación de Menús 	<p>Manejo de los Recursos Turísticos</p> <p>LTCG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos • Consultoría • Emprendimiento 		<p>Bebidas II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio Turístico • Finanzas Corporativas • Taller de Comercialización de Productos • Reflexión Universitaria II • Entrenamiento II • Finanzas Corporativas II • Calidad en los Servicios de Salud • Proyectos Sustentables en Turismo y Hospitalidad • Logística de Eventos • Reflexión Universitaria III • Servicios de Viajes 	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzas • Inglés 8 • Temas Emergentes y Tendencias del Turismo • Marco jurídico y Normativo del Turismo • Tecnología en las Sociedades Contemporáneas • Administración Estratégica • Inglés 9 	<p>Convenciones, ferias y Exposiciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión y Operación de Viajes • Negocios Internacionales y Diferencias • Lengua Adicional al español • Administración de Recursos Humanos • Optativa Abierta I • Turismo Rural • Especialización Selectiva I • Metodología y Práctica de la Investigación • Auditoría Admva. de Empresas Turísticas • Lengua Adicional al Español II
---	--	--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia, con base en UABC, 2019; IPN, 2019; UIA, 2019; UAEM, 2019; y UdeG, 2019.

Por último, en el cuarto y último año de la LGT-UABC se abordan asignaturas ya de etapa terminal de la carrera, lo cual sucede de forma similar en las licenciaturas revisadas aquí, con lagunas diferencias ineludibles por el fin que persiguen dichos planes de estudios, pero sin perder la observación de que la mayoría de los planes de estudio abordados ya asoman unidades de aprendizaje en temas del turismo

especializado, mientras que el programa de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, campus Tijuana y la Facultad de Ciencias Administrativas, campus Mexicali de la UABC no lo hace así (Ver tabla 31).

Tabla 31. Comparación del cuarto año de cursos del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística con otros programas educativos de universidades nacionales

Programas Educativos de Universidades Nacionales					
Contenidos impartidos en el segundo año del PE					
LGT UABC	LDIH y LTCG Anáhuac	LT-IPN	LAH-UIA	LT-UAEM	LT-UdeG
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo Emprendedores • Desarrollo Sostenible • Gestión de establecimientos de Hospedaje • Mercadotecnia de Servicios • Dirección Relaciones Públicas • Desarrollo Profesional • Mercadotecnia Estratégica • Proyectos Inversión Turística • Dirección Internacional • Proyecto Empresarial 	<p>LDIH</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo Estratégico <p>LTCG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos • Consultoría • Emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Seminario de Integración • Plan de Mercadotecnia • Cultura de Calidad • Dirección y Administración de Ventas • Creatividad e Innovación en Empresas Turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexión Universitaria IV • Práctica Profesional y de Servicio Social • Diagnóstico y Consultoría en Hospitalidad • Taller de Enología • Optativa I de 6 créditos • Optativa I de 8 créditos • Optativa II de 8 créditos • Entrenamiento o Ejecutivo • Temas Selectos de Hospitalidad • Gestión Multicultural de Recursos Humanos • Optativas de 4 créditos • Optativa III de 8 créditos • Optativa IV de 8 créditos • Dirección de Empresas de Hospitalidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación Turística • Planificación Turística • Interpretación del Patrimonio Cultural y Natural • Marco legal del Patrimonio Cultural y Natural • Innovación de las Organizaciones Turísticas • Inglés 10 • Proyecto de Evaluación Profesional • Desarrollo Local y Regional • Plan de Negocios • Gestión del Talento Humano <p>9no. Semestre de realización de Estancias Profesionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Administración Estratégica • Optativa Abierta II • Desarrollo Turístico Sustentable • Especializante Selectiva II • Seminario de Investigación Turística • Formulación y Evaluación de Proyectos • Lengua Adicional al Español II • Desarrollo de Emprendedores • Optativa Abierta III • Planificación Turística • Especializante Selectiva III • Seminario de Titulación • Lengua Adicional al Español IV

Fuente: Elaboración propia basándose en UABC, 2019; IPN, 2019; UIA, 2019; UAEM, 2019; y UdeG, 2019.

Análisis de los programas educativos de universidades extranjeras

Se consideraron para este análisis de programas educativos de universidades extranjeras y matizar así una comparación de índole internacional al programa de

Licenciado en Gestión Turística de la UABC, y entre las que se consideraron para tal propósito fueron los programas de la Universidad de Cornell (*Cornell University*), en EE.UU., por ser reconocido como el mejor programa de formación de profesionistas en el sector turístico a nivel internacional y, el de la Universidad Estatal de San Diego (*San Diego Estate University*), que integra prestigio y cercanía, al estar ubicado en la región sur de California, en los Estados Unidos de América.

En lo general se observa que, a pesar de que son similares los enfoques hacia el campo de la Administración, y de las Ciencias Administrativas en general, y de contenidos dirigidos al manejo de empresas turísticas, los programas de estudio de referencia se centran en la formación de habilidades para la gestión, y no en los conocimientos teóricos y científicos que estudian al fenómeno turístico como tal (Geografía, Sociología, Economía, entre otras disciplinas); es decir, profundizan en la mera aplicación de conocimientos adquiridos.

Es importante recalcar que, al igual que los resultados que arroja el análisis de los programas educativos de las universidades nacionales, en el caso de los programas educativos de las universidades extranjeras que se abordan estas también incorporan desde el primer año asignaturas dirigidas a la operación de las empresas del sector, así como también unidades de aprendizaje derivadas directamente de la disciplina turística, sin tener que pasar por un tronco común absoluto que les impida abordar el fenómeno turístico desde un inicio (Ver tabla 32).

Tabla 32. *Análisis de programas educativos de universidades extranjeras*

Programas Educativos de Universidades Extranjeras en comparación con la LGT-UABC			
RÚBRO DE ANÁLISIS	Hospitality and Tourism Management – Hotel Operations and Management (RPS-SDSU)	Hotel Administration´s Bachelor of Science (CORNELL UNIVERSITY)	LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA UABC
Perfil de ingreso	y conocimientos: Comunicación oral Comunicación escrita Pensamiento crítico Matemáticas	N.D.	Conocimientos: sociales, matemáticas, económico administrativas, inglés. Diversas habilidades: comunicación, manejo de cómputo, de análisis, de síntesis, proponer y tomar

			decisiones. Actitudes de: trabajo en equipo, servicio, tolerancia, emprendimiento.
Perfil de egreso	Habilidades para el trabajo en áreas de administración de hoteles, restaurantes, parques de diversiones, o en la industria de reuniones y eventos.	Conocimiento para analizar y tomar decisiones en distintos contextos de la industria del turismo. Habilidad para generar impactos positivos en las empresas a través de comunicación efectiva y trabajo en equipo. Ética para analizar dilemas y tomar decisiones apegadas a principios.	Profesionistas con conocimientos de administración, mercadotecnia, finanzas y organización de eventos, que le permite la creación de empresas turísticas, así como desarrollarse en áreas directivas de empresas turísticas y desarrollos turísticos o gubernamentales.
Campo ocupacional	Posiciones administrativas o de gestión en la industria turística, con énfasis en hoteles, restaurantes, servicios de comida y recreación; eventos, convenciones y atracciones; gestión de recursos naturales del turismo; gestión de destino.	Sector de la hospitalidad y el turismo en áreas de liderazgo.	Empresas y organismos vinculados al sector turístico en actividades de gestión, planeación y dirección.
Áreas de conocimiento	Operación y Administración Hotelera, Operación y Manejo de Reuniones y Eventos, Operación y Manejo de Restaurantes, Operación y Manejo de Centros de Juego, Administración de Recursos Naturales Turísticos.	Operación, finanzas, administración de la comunicación, administración y comportamiento organizacional, sistemas de información; mercadotecnia, turismo y estrategia; administración de empresas de alimentos y bebidas; derecho.	No declaradas, sin embargo, se reconocen actualmente cuatro: <ul style="list-style-type: none"> • Operación y Administración Hotelera. • Operación y Administración Alimentos y Bebidas. • Operación y Organización de Eventos. • Gestión en áreas Gubernamentales.
	Primer:	Primer:	Primer:

<p>Contenidos de los Programas Educativos (por año)</p>	<p>Introducción. Competencias generales (redacción, matemáticas, humanidades); introducción a la hospitalidad y el turismo.</p> <p>Segundo: Bases. Competencias generales, derecho especializado, comportamiento organizacional; manejo de cuentas y control en la hospitalidad.</p> <p>Tercer: Herramientas y Especialización. Manejo y liderazgo en servicio, administración, prácticas, inducción al manejo de los recursos turísticos.</p> <p>Cuarto: Manejo estratégico.</p>	<p>Introducción. Competencias generales (economía, comportamiento organizacional, finanzas, microeconomía) e introducción a la operación de empresas turísticas.</p> <p>Segundo: Herramientas y teoría. Análisis cuantitativo, finanzas, mercadotecnia de servicios, desarrollo y planeación de la hospitalidad.</p> <p>Tercer: Aplicación en casos reales. Finanzas, contabilidad en casos reales. Concentración de liderazgo en hospitalidad. Operación y Manejo de Marketing de Servicios.</p>	<p>Tronco común. (Área económica-administrativa).</p> <p>Segundo año: Introducción al servicio y turismo.</p> <p>Tercer año: Operación de empresas turísticas y enfoque estratégico.</p> <p>Cuarto: Aplicación de mejoras en áreas especializadas (gestión estratégica).</p>
--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia, con base en *Cornell University* (2019) y *SDSU* (2019).

2.2.4 Conclusión

Básicamente, el análisis previamente descrito ofrece dos grandes ámbitos sobre los cuales se pueden hacer conclusiones; el primero, conclusiones relacionadas con la fase inicial del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística, específicamente en el tronco común; y en el segundo caso, conclusiones relacionadas con las etapas disciplinaria y terminal del plan de estudios, relativas a la actualización de las unidades de aprendizaje ofertadas en dichas etapas.

Se observa entonces que, de acuerdo con la información analizada, es necesario e imperante prescindir de un tronco común apegado a las Ciencias Económico-Administrativas, pues ello impacta de manera directa en el desajuste del abordaje de temas directamente relacionados con el fenómeno turístico de manera paulatina y mejor distribuida en la formación temprana del estudiante de Gestión Turística

De acuerdo a dicha información, el contacto del estudiante con unidades de aprendizaje que abordan la temática turística no debe ser postergado ni procrastinado al inicio de su formación universitaria, y resultaría de gran beneficio a dicha formación que el abordaje de tan importantes temas vaya suministrándose de manera natural y lógica en los futuros Licenciados en Gestión Turística.

Por otra parte, de acuerdo a los datos observados a lo largo del análisis comparativo que precede a estas líneas, tanto en el ámbito nacional como en el internacional, es necesario realizar ajustes de contenido muy importante en las etapas subsecuentes a la básica, las cuales entienden de mayor contenido temático turístico, con mayor fuerza formativa y competente, como es en los casos disciplinario y terminal.

2.3 Análisis de organismos nacionales e internacionales

2.3.1 Objetivo

Analizar los referentes nacionales e internacionales que señalan competencias, contenidos de dominio y prácticas que deben cubrirse para apoyar la creación, modificación o actualización del plan de estudios de la Licenciatura en Gestión Turística.

2.3.2 Método

Se realizó una búsqueda de información documental, donde se revisaron los lineamientos de organismos de carácter nacional e internacional.

2.3.3 Resultados

Los organismos acreditadores evalúan y mantiene vigentes los Programas Educativos, dentro sus observaciones *a priori* se encuentran que los estudiantes de la Licenciatura en Gestión Turística deben desarrollar habilidades para trabajar en grupos multidisciplinarios y capacidades de comunicación oral y escrita en el idioma inglés; esta observaciones coinciden con la habilidades evaluadas por EGEL-CENEVAL donde los egresados serán capaces para colaborar con proyectos viables y funcionales acordes con la realidad nacional (CENEVAL, 2018).

Así también tanto los organismos acreditadores sugieren aplicar mecanismos de evaluación para el desarrollo de la creatividad, manejo de TIC, valores, programas de desarrollo empresarial los cuales a su vez son valorados en el EGEL-CENEVAL (2018).

Evaluando la creatividad, manejo de TIC y valores al diseñar y operar campañas de mercadotecnia e información de los destinos turísticos mediante el uso herramientas que ofrece la informática para promoción, publicación y comunicación de forma oral y escrita en idioma español e inglés.

Organismos acreditadores nacionales

El Organismos acreditador CONAET es avalado por COPAES, tiene presencia a nivel nacional, cuenta del 2004 a la fecha con 143 programa acreditados y 60 re acreditaciones (CONAET, 2018). En su informe titulado recomendaciones y sugerencias más recurrentes (CONAET, 2017) menciona que los diez indicadores no resueltos son: capacidades de comunicación oral y escrita en el Idioma extranjero (Inglés), seguido por calidad del acervo propio de la disciplina, programas de computacionales propios de la actividad turísticas, talleres especializados para la formación práctica de simulaciones, capacidad para trabajar en grupo multidisciplinarios, programa integral de formación práctica, perfil del docente de acuerdo a la carta descriptiva, seguimiento de egresados, revisión y actualización de planes de estudios en forma colegiada y mecanismo y resultados de evaluación del perfil de egreso.

Para CACECA (2018) y CONAET (2018) la categoría del plan de estudios está integrada por ocho criterios, los cuales se describen a continuación:

- **Fundamentación:** Se cuenta con un modelo educativo que sustente al plan de estudios y si existe congruencia entre la misión, visión y objetivos estratégicos de la institución y de la facultad, escuela, división o departamento y la misión, visión y los objetivos del plan de estudios.

- Perfiles de Ingreso y Egreso: Se evalúa si el perfil de ingreso considera adecuadamente los conocimientos y habilidades de los aspirantes al programa educativo; y si existe pertinencia y congruencia de los valores, actitudes, conocimientos y habilidades que señala el perfil de egreso con los objetivos del plan de estudios
- Programas de las asignaturas: Es adecuada la articulación horizontal y vertical de las asignaturas. Existe congruencia entre los objetivos de los programas de asignatura y el perfil de egreso.
- Son claros los siguientes señalamientos en los programas de asignatura: la fundamentación, objetivos generales y específicos, contenido temático, metodología (estrategias, técnicas, recursos didácticos, utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación, TIC, entre otros), formas de evaluación, bibliografía y perfil del docente. Están debidamente definidas las asignaturas que constituyen el tronco común y las optativas. Existen mecanismos a cargo de cuerpos colegiados para la revisión y actualización permanente de los programas de asignatura.
- Contenidos: En este criterio se evalúan los distintos contenidos del plan de estudios: en primer lugar, aquellos que son comunes para diferentes áreas del conocimiento, que de manera transversal deben ubicarse en el plan de estudios
- Flexibilidad Curricular: En este criterio se evalúa si existen mecanismos que permitan distintas alternativas para la flexibilidad curricular tales como materias optativas y/o salidas laterales. Es importante tomar en consideración la relación que guardan las asignaturas optativas con el perfil de egreso.
- Mecanismos que permitan la participación de los docentes en forma colegiada: Los diagnósticos y estudios prospectivos en el ámbito local y global de las demandas de la sociedad y los avances científico-tecnológicos y del mercado laboral que fundamenten la actualización o modificación del plan de estudios.

- Difusión: La institución, escuela, facultad, departamento o división tiene diversos mecanismos de difusión del plan de estudios tales como participación en medios masivos de comunicación (prensa, radio y televisión); orientación a las personas que acudan a la institución en busca de información y campañas en instituciones de nivel medio superior que incluyen conferencias, participación en expo-profesiográficas y trípticos, entre otros.

El Consejo de Acreditación de Ciencias Administrativas, Contables y Afines (CACECA) es un reconocido organismo acreditador con más de 20 años de experiencia ha acreditado más de 900 programas académicos, a la par que ha consolidado valiosas alianzas y asociaciones con organismos que comparten el interés de la mejorar la calidad educativa en México. Además, pertenece a la Red Internacional de Agencias de Aseguramiento de Calidad en Educación Superior (INQAAHE) de la UNESCO y la Asociación Europea de Aseguramiento de la calidad en la Enseñanza Superior (ENQA por sus siglas en Ingles).

En la tabla 33 se muestran las preguntas contenidas en el instrumento CACECA, las cuales son evaluadas para la LGT y señalan su cumplimiento (CACECA, 2017).

Tabla 33. Instrumento de evaluación del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística formulado por CACECA

CRITERIO	INDICADORES	CUMPLIMIENTO DEL PE LGT
3.1. FUNDAMENTACIÓN	2.5.3 ¿El puntaje obtenido en la prueba TOEFL o equivalente es de por lo menos 550 puntos?	No cumple
	3.1.2 ¿Se formulan misión, visión, políticas y objetivos del plan de estudios?	No cumple
	3.1.3 ¿Son congruentes con la misión, visión, políticas y objetivos de la institución y de la escuela, facultad, división, departamento o unidad? Mostrar análisis de congruencia.	No cumple
3.2 PERFILES DE INGRESO Y EGRESO	3.2.1 ¿Se incluyen los perfiles de ingreso y egreso en el plan de estudios?	Cumple

CRITERIO	INDICADORES	CUMPLIMIENTO DEL PE LGT
	3.2.2 <i>¿Los objetivos educativos del plan de estudios son congruentes con el perfil de egreso?</i>	No cumple
3.3. NORMATIVA PARA LA PERMANENCIA, EGRESO Y REVALIDACIÓN	3.3.1 <i>¿Se cuenta con la normativa que establezca los requisitos de permanencia?</i>	Cumple
	3.3.2 <i>¿Se cuenta con la normativa que establezca los requisitos de egreso?</i>	Cumple
	3.3.3 <i>¿Se cuenta con la normativa que establezca los requisitos de reconocimiento, acreditación, equivalencia y revalidación?</i>	Cumple
3.4. PROGRAMAS DE LAS ASIGNATURAS	3.4.1 <i>¿Existe congruencia entre el contenido temático de los programas de asignatura con el perfil de egreso?</i>	Cumple
	3.4.2 <i>¿La estructura de los programas de asignatura contiene los siguientes elementos?</i> - <i>Fundamentación</i> - <i>Objetivo general</i> - <i>Contenido temático</i> - <i>Metodología (estrategias, técnicas, recursos didácticos, TIC, entre otros)</i> - <i>Plan de evaluación</i> - <i>Bibliografía básica/complementaria</i>	No cumple
	3.4.3 <i>¿Se tienen asignaturas correspondientes a un tronco común?</i>	Cumple
	3.4.4 <i>¿Existen mecanismos para la revisión permanente de los programas de asignatura?</i>	Cumple
3.5 CONTENIDOS	3.5.1 <i>¿Se promueven valores y actitudes propios de la ética profesional?</i>	Cumple
	3.5.2 <i>¿Se fomenta la creatividad?</i>	No cumple
	3.5.3 <i>¿Se promueve la aplicación de la metodología de investigación?</i>	Cumple
	3.5.4 <i>¿Se promueve el desarrollo del pensamiento crítico y analítico?</i>	Cumple
	3.5.5 <i>¿Se integran conocimientos sobre el ambiente económico, político y social, nacional e internacional?</i>	Cumple
	3.5.6 <i>¿Se desarrolla la capacidad de comunicación oral y escrita en español e inglés?</i>	No cumple
	3.5.7 <i>¿Se desarrollan las habilidades para utilizar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)?</i>	Cumple
	3.5.8 <i>¿Se desarrollan las habilidades para</i>	No cumple

CRITERIO	INDICADORES	CUMPLIMIENTO DEL PE LGT
	<i>trabajar en grupos multidisciplinares?</i>	
	3.5.9 <i>¿Se fomenta la cultura de la calidad?</i>	Cumple
	3.5.10 <i>¿Se integran conocimientos sobre el desarrollo sustentable?</i>	Cumple
	3.5.11 <i>Áreas de conocimiento específicas fundamentales: Contabilidad, Administración, Economía, Matemáticas, estadística, Derecho Computación-informática, Inglés y Humanísticas</i>	Cumple
	3.5.12 <i>Áreas de conocimiento específicas de Empresas Turísticas</i>	Cumple
3.6. FLEXIBILIDAD CURRICULAR	3.6.1 <i>¿Existe la flexibilidad del plan de estudios (materias optativas, salidas laterales, o ambas)?</i>	Cumple
3.7. EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN	3.7.1 <i>¿Se cuenta con una metodología para la evaluación del plan?</i>	Cumple
	3.7.2 <i>¿La revisión y actualización del plan se realiza en forma colegiada como mínimo cada cinco años?</i>	No cumple
	3.7.3 <i>¿Se efectúan diagnósticos y estudios prospectivos del mercado laboral en el ámbito local y global y de los avances científico-tecnológicos para evaluar la pertinencia del plan de estudios?</i>	No cumple
3.8. DIFUSIÓN	3.8.1 <i>¿Por qué medios se le da difusión al programa?</i>	Cumple

Fuente: Elaboración propia, con base en Coordinación de Aseguramiento de la Calidad, 2018; y CACECA, 2017.

Organismos acreditadores internacionales

El Gestor Turístico es una profesión organizada internacionalmente, cuenta con la Organización Mundial del Turismo (OMT) la cual desarrolló un programa de aseguramiento de la calidad para programas de educación, formación e investigación en Turismo; tiene como objetivo promover la mejora de la calidad de los PE, formación e investigación en turismo. Para ello, se han definido criterios de evaluación, universalmente aplicables a cualquier institución, que buscan, medir la eficacia del sistema pedagógico, así como el grado de incorporación de las

necesidades del sector turístico y de los estudiantes a dichos programas (OMT, 2018).

De acuerdo con la OMT (2018) el programa aseguramiento de la calidad considera para su análisis cinco aspectos, los cuales evalúan criterios tanto internos como externos del PE, como son la coherencia del plan de estudio; la pertinencia de los contenidos del programa de estudio, respecto de las necesidades del sector turístico; la existencia de procesos para la selección del personal docente y las condiciones favorables para su desarrollo profesional; así como las políticas, herramientas y mecanismos de apoyo a la gestión administrativa y la infraestructura y equipamiento.

Por otra parte, en México se encuentra el Consejo de Acreditación de Ciencias Sociales, Contables y Administrativas en la Educación Superior de Latinoamérica A.C (CACSLA), el cual tiene alianzas y es reconocido por la Red Iberoamericana para el Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior (RIACES), La Asociación Colombiana de Facultades de Contaduría Pública (ASFACOP), Virtual Educa, Asociación Latinoamericana de Facultades de Contaduría y Administración (ALAFEC), Asociación Interamericana de Contabilidad, Instituto ESCALAE y Organización Latinoamericana de Administración (OLA).

Centro Nacional de Evaluación Para la Educación Superior A.C. (CENEVAL)

El CENEVAL es una asociación civil sin fines de lucro, su principal actividad es el diseño y aplicación de instrumentos de evaluación con el objetivo de medir si los egresados cuentan con los conocimientos habilidades para cumplir las funciones de su profesión, se ha consolidado como un estándar para la evaluación a nivel nacional (CENEVAL, 2018).

El examen está organizado en áreas, sub áreas y temas. Las áreas corresponden a ámbitos profesionales, en los que actualmente se organiza la labor del Licenciado en Turismo. Las sub-áreas comprenden las principales actividades profesionales de cada uno de los ámbitos profesionales referidos.

Por último, los temas, identifican a los conocimientos y habilidades necesarios para realizar tareas específicas relacionadas con cada actividad profesional, se muestra la tabla 34 con la estructura general.

Tabla 34. Estructura general de EGEL-TURISMO

ÁREA / SUBÁREA	% EN EL EXAMEN	NÚMERO DE REACTIVOS	DISTRIBUCIÓN DE REACTIVOS POR SESIÓN	
			1a.	2a.
I. ÁREA DE TURISMO	11.07	30	30	
1. Turismo	5.54	15	15	
2. Geografía y Patrimonio	5.54	15	15	
II. ÁREA ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA	35.79	97	97	
3. Administración	8.12	22	22	
4. Mercadotecnia	7.01	19	19	
5. Contabilidad y	8.12	22	22	
6. Economía	7.01	19	19	
7. Formulación y Evaluación de Proyectos	5.54	15	15	
III. ÁREA DE SOCIALES	11.07	30		30
8. Derecho	5.90	16		16
9. Psicología y Sociología	5.17	14		14
IV. ÁREA METODOLÓGICA	16.61	45		45
10. Metodología de la Investigación	5.54	15		15
11. Métodos Cuantitativos	11.07	30		30
V. ÁREA ESPECÍFICA DE GESTIÓN EMPRESARIAL	25.46	69		69
12. Hospedaje	8.49	23		23
13. Alimentos y Bebidas				
14. Servicios de Viajes y Transportación	8.49	23		23
	8.49	23		23
TOTAL =	100	271	127	144

Fuente: CENEVAL, 2019.

2.3.4 Conclusión

Durante el análisis de los organismo nacionales e internacionales se observó que el PE de la LGT cumple de manera general con los indicadores que se señalan, pero es necesario establecer acciones para solventar los indicadores relacionados con el desarrollo de comunicación oral y escrita, en el idioma inglés y habilidades para trabajar en grupos multidisciplinarios con capacidades para colaborar con proyectos viables y funcionales acordes con la realidad nacional.

B. EVALUACIÓN INTERNA

La evaluación interna del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística tiene como propósito determinar las fortalezas y debilidades, así como las opciones de mejora y cambio con el objetivo de fundamentar la modificación o reestructuración del plan de estudios, por lo que se analizaron los fundamentos y condiciones de operación del mismo; el currículo; el tránsito académico de los alumnos; el personal académico, la infraestructura y los servicios.

1. Evaluación de fundamentos y condiciones de operación del programa educativo

1.1 Objetivo

Evaluar los fundamentos y condiciones de operación del programa académico para fundamentar la modificación o actualización de dicho programa. Por medio del análisis de la misión, visión, propósitos y condiciones generales de operación.

1.2 Método

(Investigación documental)

Para la evaluación de fundamentos y condiciones de operación del programa educativo Licenciado en Gestión Turística se consultaron documentos para evaluar la misión, visión, y objetivos del programa vigente (Plan de estudios 2009-2) además se recuperó información del perfil de ingreso, perfil de egreso, matrícula de la población estudiantil del plan de estudios homologado, así mismo se procesó información de las reuniones de trabajo realizada semestralmente a partir del 2016 con consejo técnico, académicas y docentes; se analizó del mapa curricular, los resultados del EGEL-CENEVAL en los últimos tres años y las observaciones emitidas por CACECA (proceso de acreditación de 2015 y los procesos de seguimiento 2017 y 2019).

Finalmente, para el análisis se utilizó la información del manual organizacional de procedimientos, libro de presupuesto, y estructura organizacional para operar el programa educativo de las unidades académicas de Tijuana y Mexicali.

1.3 Resultados

1.3.1 Misión, visión y objetivos del programa educativo

En el año 2009, la guía metodológica para el diseño y actualización del Programa Educativo, no incluía la redacción de la misión y visión; se consideraba que estaban alineados a la misión y visión general de UABC. Posteriormente, producto de las requisiciones para cumplir con los procesos de acreditación, se definieron la misión, visión y objetivos en cada campus.

La FTyM en el plan de estudio de Licenciado en Gestión Turística, trabajó de manera colegiada la misión y visión y objetivos los cuales fueron aprobadas por el Consejo Técnico en el año 2015, a solicitud del Consejo de Acreditación Nacional de Ciencias Contables, Administrativas y Afines (CACECA); la misión establece que: “Formar profesionales analíticos y propositivos que contribuyan al desarrollo, fortalecimiento y competitividad en todos los ámbitos del sector turístico y en beneficio de la sociedad”; la visión: “Contribuir a la sociedad con profesionales innovadores con alto desempeño en la gestión y desarrollo de organismos del sector turístico comprometidos con la responsabilidad social”.

En la FCA, la misión es: “Formar profesionales analíticos, críticos, propositivos y emprendedores capaces de tomar decisiones con visión global, liderazgo, valores y conciencia turística, en el ámbito local, nacional e internacional. Generar y divulgar conocimientos, vincularse con los sectores público, social y empresarial que permita participar en la promoción de los recursos naturales, culturales e históricos, bajo el esquema de sustentabilidad para el desarrollo y consolidación eco-nómica de la región y del país”; la visión es que: “en 2025 la Licenciatura en Gestión Turística es un programa educativo posicionado, reconocido por su calidad, investigación, innovación y nivel educativo, destacando por su formación integral, liderazgo, vinculación y responsabilidad social con los sectores público, social y empresarial”.

La misión de la UABC es: “Formar integralmente ciudadanos profesionales, competentes en los ámbitos local, nacional, transfronterizo e internacional, libres, críticos, creativos, solidarios, emprendedores, con una visión global y capaces de

transformar su entorno con responsabilidad y compromiso ético; así como promover, generar, aplicar, difundir y transferir el conocimiento para contribuir al desarrollo sustentable, al avance de la ciencia, la tecnología, las humanidades, el arte y la innovación, y al incremento del nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país”.

La visión de la UABC es que para: “el 2030, la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) es ampliamente reconocida en los ámbitos nacional e internacional por ser una institución socialmente responsable que contribuye, con oportunidad, equidad, pertinencia y los mejores estándares de calidad, a incrementar el nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país, así como a la generación, aplicación innovadora y transferencia del conocimiento, y a la promoción de la ciencia, la cultura y el arte”.

Los objetivos del plan de estudios aparecen denominados como propósitos en el documento oficial autorizado por el Consejo Universitario en 2009:

- Desarrollar en el alumno procesos formativos en la detección de los conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores requeridos en los contextos reales de trabajo.
- Formar competencias laborales de la profesión, contribuyendo así, a la constitución del capital humano que se desempeñará con eficacia y eficiencia en el ejercicio de la Gestión Turística.
- Incorporar la práctica como elemento formativo fundamental, tanto para la adquisición de competencias como para la evaluación del desempeño, desde el inicio de la licenciatura a través estancias en sitios reales de trabajo, modelos representacionales y simulaciones.
- Mediante la composición de su carga académica, otorgue mayor tiempo e importancia a la adquisición y desarrollo de competencias profesionales en

sus estudiantes que a la adquisición y memorización de conocimientos teóricos en lo abstracto.

- Privilegie la práctica sobre la teoría, para que ésta última tenga sentido y razón de ser en los estudiantes y puedan así adquirir y desarrollar competencias que el programa ofrece.
- Incorporar las actuales demandas laborales como base para la formación, actualización y vinculación profesional de los docentes.

Se considera que a lo largo de la operación del programa educativo se contribuye al cumplimiento de los objetivos, misión y visión; sin embargo, se identifican áreas de oportunidad derivadas de la formación generalizada en el primer año de estudios (tronco común), que impide profundizar en los sistemas de gestión empresarial.

Las acciones específicas que atiende la coordinación del programa educativo para el cumplimiento de la misión, visión y objetivos son:

- En coordinación con dirección, subdirección, administración y profesores, asegurar la pertinencia y ejecución de las salidas de campo semestrales y los viajes de familiarización.
- Proponer a la subdirección la incorporación de materias optativas pertinentes, seguimiento a profesores; realizar intervenciones al proceso de enseñanza-aprendizaje cuando sea necesario.
- Seguimiento a la generación de evidencias requeridas en por el organismo acreditador en las categorías correspondientes a plan de estudios y su evaluación.
- Seguimiento general a los docentes y estudiantes del programa educativo al realizar reuniones semestrales para identificar áreas de oportunidad en el

plan de estudios, evaluando la pertinencia de los contenidos en unidades de aprendizaje.

- Proponer un plan de formación docente acorde a las necesidades del programa de estudios.

Finalmente, se concluye que en la operatividad del programa educativo existe congruencia entre los objetivos, misión y visión. La formación práctica, el aprendizaje enfocado a la operación y gestión; la comprensión del entorno real y sus problemáticas; el desarrollo del pensamiento crítico; la formación en materia de gestión facilita que los profesionales que egresan del programa educativo contribuyan al desarrollo del sector turístico, insertándose en áreas de supervisión, a partir de las cuales, con una actitud propositiva e innovadora desarrollan una carrera profesional. Se reconoce que existen dos misiones y visiones una por parte de la FTyM y la FCA, por lo que se considera pertinente elaborar una sola misión y visión del PE que garantice el cumplimiento de ellas y que sea congruente y articulada con las misiones, visiones y objetivos de la UABC.

1.3.2 Perfil de ingreso

El perfil de ingreso requerido para incorporarse a plan de estudio de Licenciado en Gestión Turística es el siguiente: “El estudiante deberá de contar con conocimientos básicos en ciencias sociales, matemáticas, económico-administrativo e inglés”.

Dentro de las habilidades básicas requeridas para su ingreso se encuentra la comunicación oral y escrita, manejo de equipo de cómputo, capacidad de análisis y síntesis, proponer y tomar decisiones, resolver problemas prácticos y crear e innovar. Con relación a las actitudes se enlistan trabajo en equipo, emprendedor, espíritu de servicio, responsable y dinámico, tolerancia a la diversidad de opiniones, compromiso social, iniciativa, respeto al medio ambiente, apertura y respeto a la cultura nacional y a otras culturas.

La guía del examen de selección de la UABC, desde 2017, se realizan tres pruebas: lectura, lengua escrita y matemáticas, con énfasis en conocimientos y habilidades.

La prueba de lectura evalúa la capacidad para leer y comprender un amplio rango de textos literarios e informativos. La prueba de lengua escrita evalúa la capacidad para revisar y editar una amplia variedad de textos con contenidos de naturaleza académica.

La prueba de matemáticas mide la capacidad de aspirantes para la aplicación, manejo y comprensión de conceptos matemáticos, así como la habilidad para la resolución de problemas e interpretación de datos, tablas, cuadros y gráficos (UABC, 2017).

Los componentes de la prueba de ingreso, considera que el examen cumple con evaluar los criterios de ingreso en matemáticas, comunicación oral y resolución de problemas prácticos; sin embargo, no considera evaluación de manejo de inglés, conocimientos base del área económica-administrativa y sociales.

Aunque el perfil de ingreso lo establece y la prueba de ingreso lo evalúa, en el primer año de tronco común, se observa que el estudiante ingresa con debilidades en algunas áreas del conocimiento. Por ejemplo, la falta de conocimientos básicos de matemáticas y contabilidad, derivan un alto índice de reprobación. Como medida remedial se ha optado por incorporar un curso de nivelación en matemáticas.

Adicionalmente, los conocimientos y habilidades de comunicación del idioma inglés son insuficientes y el número de estudiantes que al realizar el examen diagnóstico del idioma obtienen una ubicación mayor al cuarto nivel de los establecidos por UABC es bajo. Es importante destacar, que este requisito es de egreso, no de ingreso. Finalmente, la prueba de ingreso no evalúa las actitudes básicas vinculadas al trabajo en equipo, espíritu de servicio, entre otras.

Es importante considerar, que de continuar existiendo el tronco común para el área económico-administrativo, deberá homologar los conocimientos, habilidades y actitudes requeridas en el perfil de ingreso, destacando la comunicación oral y escrita en español e inglés, que son habilidades que se destacan en las tendencias de la formación profesional.

1.3.3 Perfil de egreso

De acuerdo con el programa educativo 2009-2, el perfil de egreso del Licenciado en Gestión Turística es: “Es el profesionalista que posee conocimientos de administración, mercadotecnia, finanzas y organización de eventos, que le permite gestionar la creación de empresas turística, así como desarrollarse en el área directiva de empresas turísticas y desarrollos turísticos o gubernamentales.

El egresado de la carrera de Licenciado en Gestión Turística será competente para:

- Analizar y diseñar planes y programas en empresas y organismos turísticos y de servicios, mediante la aplicación del proceso administrativo, para la toma de decisiones que le permitan eficientar el uso de los recursos en las empresas, con sentido de responsabilidad social.
- Analizar y operar la estructura de industrias turísticas y de servicios a través de metodologías para la eficiente operación de los sectores, con honestidad y respeto al medio ambiente.
- Diseñar programas de mercadotecnia turística a través de metodologías y normatividad vigente acorde a las necesidades de la empresa, para la satisfacción del cliente, de forma objetiva y congruente con respeto a la multiculturalidad.
- Analizar e interpretar la situación financiera de la empresa, utilizando métodos cuantitativos para la toma de decisiones aumentando la rentabilidad de la organización de una forma responsable y honesta.

De acuerdo al desempeño de los egresados, se considera que el perfil de egreso, tal como se describe se cumple parcialmente con base en competencias que se considera se realizan de manera pertinente son las vinculadas a la aplicación de los principios del proceso administrativo en empresas y organismos del sector turístico;

sin embargo, de acuerdo a los resultados de la acreditación ante CACECA, no se ha logrado evidenciar el trabajo multidisciplinario.

La base teórica del turismo no está adecuadamente soportada, ya que al contar con un tronco común del área económico-administrativo se ha limitado por esa condición la fundamentación de la disciplina, existiendo únicamente existen dentro del PE dos materias obligatorias vinculadas a su comprensión: entorno turístico y componentes del sistema turístico.

1.3.4 Condiciones generales de operación del programa educativo

Matrícula total y de primer ingreso

La evolución de la matrícula del Programa Educativo Licenciado en Gestión Turística se presenta en la tabla 35, iniciando en el segundo semestre de 2010 (a partir del término del tronco común e inicio de la elección de carrera) ha presentado una tendencia positiva (Ver tabla 35).

Tabla 35. *La evolución de la matrícula del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística*

AÑO	TIJUANA	MEXICALI	TOTAL
2010-2	32	82	114
2011-1	66	100	166
2011-2	98	109	207
2012-1	110	104	214
2012-2	129	102	231
2013-1	165	82	247
2013-2	182	78	260
2014-1	189	62	251
2014-2	198	55	253
2015-1	215	60	275
2015-2	228	62	290
2016-1	224	63	287
2016-2	232	66	298
2017-1	245	53	298
2017-2	245	66	311

AÑO	TIJUANA	MEXICALI	TOTAL
2018-1	248	66	314
2018-2	261	81	342
2019-1	260	92	352
2019-2	276	97	373

Fuente: Elaboración propia, con base en UABC, 2019.

Como se observa en la figura 10, en los últimos cinco años la tasa de crecimiento de la matrícula se ha ido incrementado de manera general; si bien en Tijuana la evolución se ha mantenido constante, Mexicali después de haber disminuido a partir de 2011, se inicia un crecimiento marginal iniciando en 2017-1.

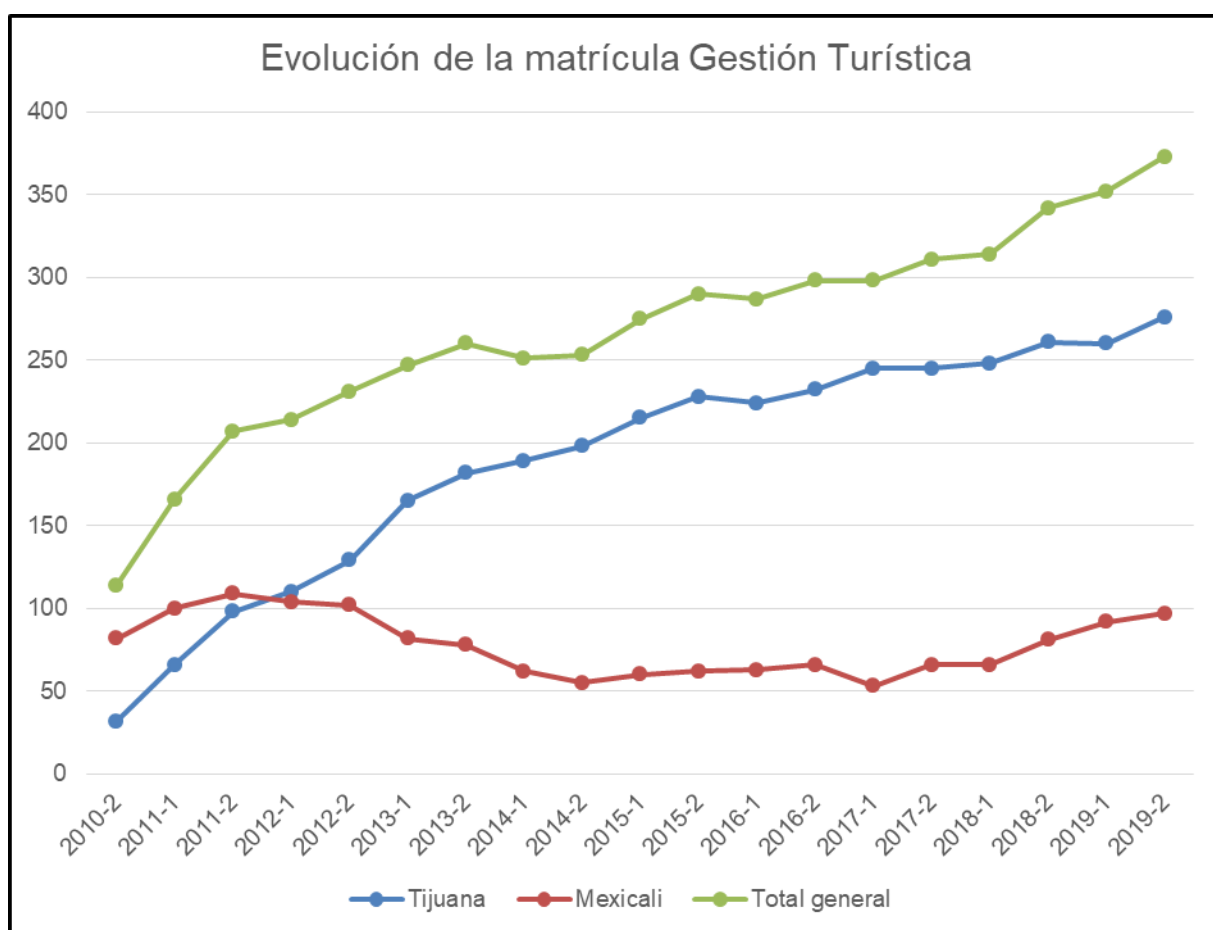


Figura 10. Evolución de la matrícula a lo largo del plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística

Fuente: Elaboración propia, con base en UABC, 2019.

Presupuesto/recursos del programa educativo

En función del número de estudiantes por unidad académica, el Patronato Universitario realiza la asignación de recursos anual y semestralmente. Las direcciones de la FTyM y FCA respectivamente realizan la asignación del presupuesto cubriendo las necesidades, sin considerar la cantidad de matrícula por programa de estudios, procurando principios de equidad y eficiencia.

Se cuentan también con recursos propios derivados de pago de cursos intersemestrales, cursos de posgrado e inducción, así como beneficios derivados de la venta de boletos de sorteos UABC, cuotas específicas (fondo de movilidad, cuotas de formación integral, fondo pro-graduación); en sumatoria los recursos permiten una operación adecuada, pero limitada.

Se identifican limitaciones para la operación del programa educativo en equipamiento (software especializado y equipamiento del laboratorio de alimentos y bebidas, taller de hospedaje, laboratorio de viajes y bibliografía especializada), además de restricciones en las salidas de campo.

Por parte de la FTyM la falta de infraestructura y equipamiento se ha solventado a través de convenios con empresas, organizaciones públicas y cámaras para la realización de horas prácticas (profesionalización).

Las prácticas de campo y los viajes de familiarización se han ajustado en etapas de austeridad. Regularmente durante tercer y cuarto semestre, se realizaban de cuatro a cinco salidas de campo de un solo día.

A partir de 2016, se reestructuraron éstas, con apoyo de los profesores responsables, integrando una sola práctica de tres a cuatro días. Asimismo, los estudiantes de la FTyM cubren parte del costo del transporte terrestre.

En el caso de la FCA se procura que cada generación realice por lo menos dos prácticas de campo-viajes de familiarización con una duración entre 7 y 17 días

dentro de Baja California y el resto del país, lo que implica que, al no contar con recursos suficientes, los estudiantes, aparte de cubrir sus viáticos, aportan gran parte del costo de transporte terrestre aun cuando se utilicen los autobuses de la UABC.

A pesar de que se han solventado las necesidades del programa educativo en ambas unidades académicas, se denota que su presupuesto no es suficiente para la operación total del programa educativo.

Estructura organizacional para operar el programa educativo

El Estatuto General de la UABC, establece “que, para su organización, las unidades académicas constituirán las coordinaciones de áreas académicas, conforme a su plan de estudios, programas y proyectos específicos que cada una de ellas atienda”.

Por lo anterior, cada unidad académica donde se oferta el programa de educativo de Licenciado en Gestión Turística cuenta con una estructura organizacional de acuerdo a sus necesidades.

En general, la estructura que mantiene cada unidad académica para el cumplimiento de sus actividades, inician con el Director, Subdirector, Administrador, Coordinadores de Formación Básica, Profesional y de Posgrado e Investigación, coordinadores de la carrera y coordinadores de área, personal administrativo y de mantenimiento, a su vez, el orden administrativo es designado de acuerdo a las necesidades que tiene la unidad académica para dar cumplimiento con lo establecido.

Dentro de cada organigrama, se muestra la estructura organizacional actual, que define la relación jerárquica y el nivel de las actividades y funciones, que son necesarias para el eficiente cumplimiento de las metas establecidas.

En las Figura 11 y 12 se muestran las estructuras organizacionales de la FTyM y de la FCA, respectivamente.

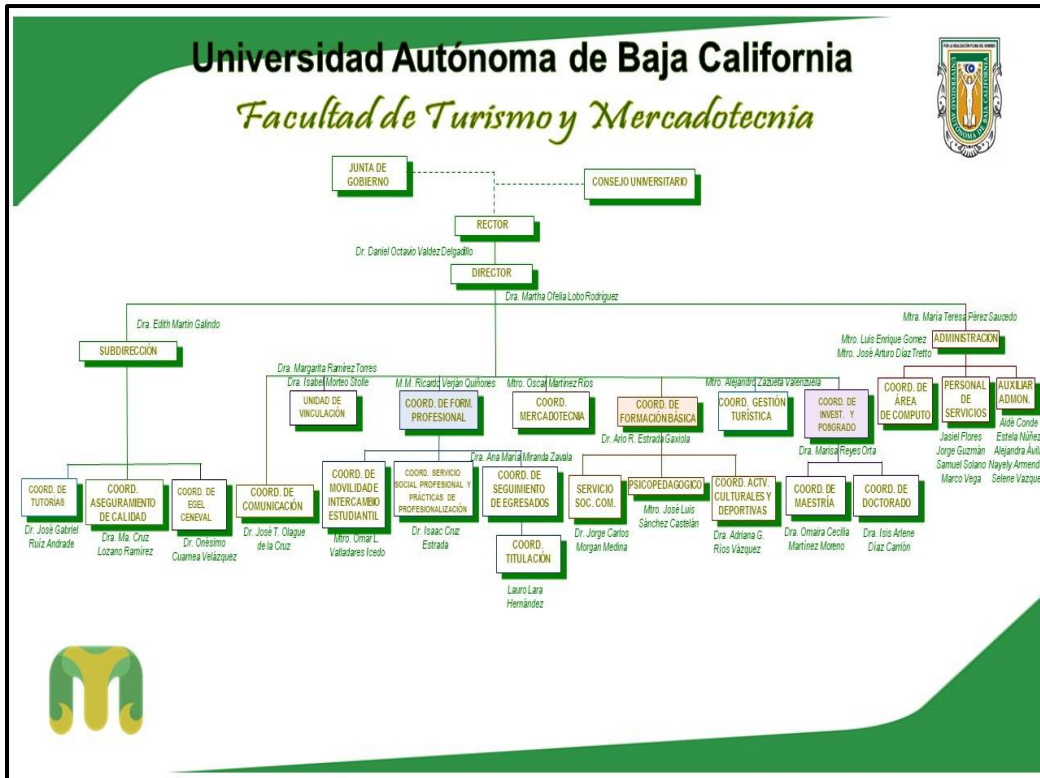


Figura 11. Estructura Organizacional de la FTyM
Fuente: Facultad de Turismo y Mercadotecnia, 2019.

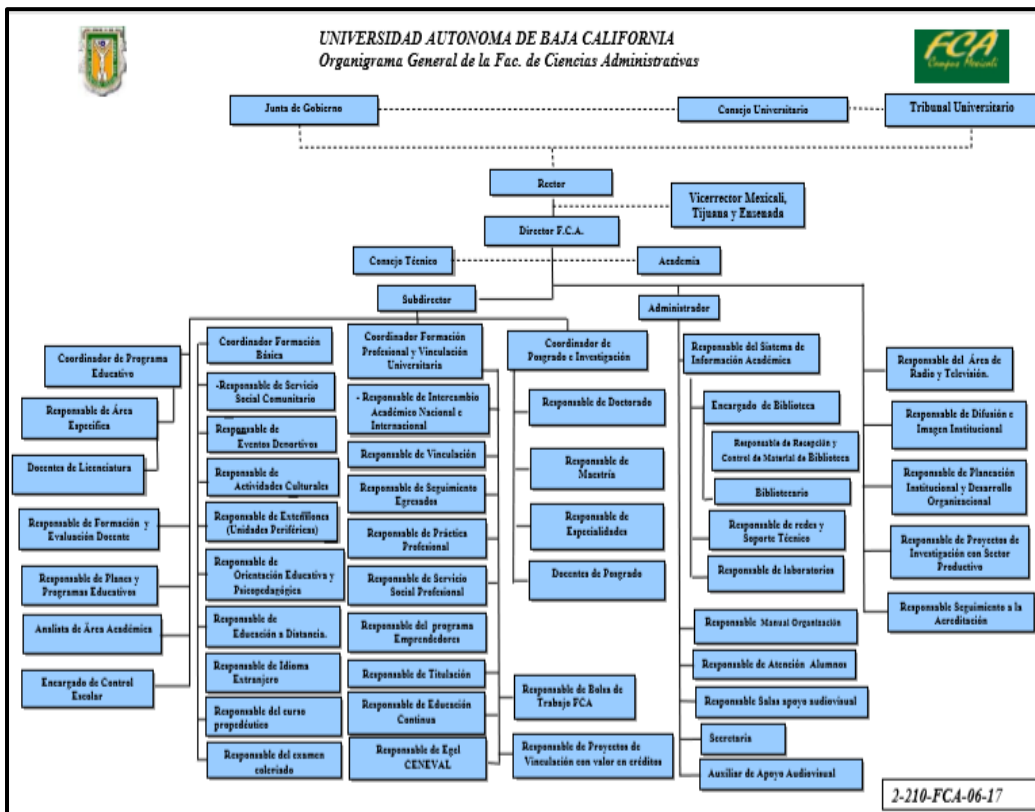


Figura 12. Estructura Organizacional de la FCA
Fuente: Facultad de Ciencias Administrativas, 2019.

De acuerdo con el análisis sobre la estructura organizacional del programa de Licenciado en Gestión Turística, se determina que en la Facultad de Ciencias Administrativas Mexicali es suficiente el personal que atiende las actividades administrativas y de mantenimiento; sin embargo, para la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, el personal administrativo y de mantenimiento no es suficiente, ya que se requiere realizar contrataciones en las áreas de apoyo administrativo, servicios escolares, vinculación.

1.4 Conclusión

Del análisis de la misión y visión se concluye que se deberán de formular manera homologada la base para asegura la congruencia, articulación y cumplimiento de la visión y misión institucionales. El perfil de ingreso podría incorporar deseablemente conocimientos intermedios de inglés, conocimientos del área económico-administrativa y actitudes enfocadas al trato con las personas. El perfil de egreso deberá actualizarse considerando las nuevas tendencias de la diversificación del mercado turístico; tecnologías y economías compartidas, entre otros elementos mencionados en la evaluación externa.

La evolución de la matrícula ha mantenido un incremento significativo en las dos unidades académicas que ofertan el programa educativo de Licenciado en Gestión Turística, ya que, si bien hubo un descenso en Mexicali, a partir de 2017 se ha conservado un crecimiento marginal sostenido hasta la fecha.

Los recursos permiten una operación adecuada, pero limitada para equipamiento (*software* especializado y equipamiento del laboratorio de alimentos y bebidas, taller de hospedaje, laboratorio de viajes y bibliografía especializada), además de restricciones en las salidas de campo.

Con respecto a la estructura organizacional del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística, se determina que en la FCA Mexicali es suficiente el personal que atiende las actividades administrativas y de mantenimiento; no siendo así en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia donde el personal administrativo y de

mantenimiento no es suficiente, ya que se requieren realizar contrataciones en las áreas de apoyo administrativo, servicios escolares, vinculación.

2. Evaluación del currículo

2.1 Objetivo

Evaluar el currículo del programa educativo Licenciado en Gestión Turística, a partir del plan de estudios 2009-2, Modelo Educativo, Mapa Curricular, asignaturas o unidades de aprendizaje, tecnología educativa y de la información para el aprendizaje, cursos o actividades complementarios para la formación integral y enseñanza de lenguas extranjeras, a fin de fundamentar la modificación o actualización de programas educativos.

2.2 Método

Para la investigación documental,

- (1) se revisaron un conjunto de documentos asociados a la evaluación del currículo. Las principales fuentes de información tomadas como referencia fueron: plan de estudios 2009-2, Modelo Educativo, Mapa Curricular (distintas versiones semestrales), asignaturas o unidades de aprendizaje, tecnología educativa y de la información para el aprendizaje y reportes de actividades asociados a la operación del currículo de cada sede; la técnica utilizada fue la de análisis de contenido y
- (2) para la investigación empírica se realizaron encuestas dirigidas a docentes y estudiantes.

2.2.1 Estudio empírico para docentes

Población y muestra

La población de docentes de la planta académica del ciclo escolar 2018-1 es de 49, distribuida en las dos unidades académicas como se muestra en la tabla 36. Al inicio del estudio se acordó realizar una muestra censal a partir de las bases de datos de cada facultad, resultando una capacidad de respuesta de 49 docentes, que representa una muestra significativa (Ver tabla 36).

Tabla 36. Número de docentes que participaron en la encuesta para la evaluación del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística de cada unidad académica de UABC

UNIDAD ACADÉMICA	NÚMERO DE DOCENTES	DOCENTES ENCUESTADOS
Mexicali	15	7
Tijuana	34	15
Total =	49	22

Fuente: Elaboración propia, con base en FTYM (2019) y FCA (2019).

Instrumento

Para medir las variables de estudio se diseñó un cuestionario con dos secciones, en la primera asociada a información docente y la segunda asociada al plan de estudios (Ver anexos).

Procedimiento de recolección de análisis de datos

El instrumento se aplicó en formato en línea, diseñado en el formulario de las aplicaciones de Google, donde la UABC tiene dominio de uso. Dicho formulario se envió por correo electrónico a los docentes, anexando en link para ingresar y responder el cuestionario (Ver anexos). Las unidades académicas que fueron consideradas para realizar lo estudio fueron: Mexicali y Tijuana, con el mismo instrumento. Varias veces se enviaron los cuestionarios para recordar continuamente a los docentes, con la finalidad de recabar el mayor número de respuestas, obteniendo en total 22 cuestionarios contestados.

La recolección de información del estudio sobre la opinión de los docentes se realizó siguiendo los lineamientos descritos a continuación: 1. Identificación de los docentes del programa de licenciado en mercadotecnia. 2. Aplicación de cuestionarios. 3. Análisis de datos. 4. Elaboración del informe. El período en que se recolectaron los datos fue el correspondiente al 2018-1. Al concluir el periodo establecido para responder el cuestionario, se procedió a deshabilitar el link.

Se llevó a cabo un análisis descriptivo de la información lo que permitió identificar el comportamiento y tendencia de los datos mediante el uso de tablas y en algunos casos, gráficas.

Características de la muestra: En relación al grado académico de los docentes del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística el 6.7 % cuenta con grado de doctorado, el 80% con grado de maestría y 13.3 % con nivel de licenciatura a fin con el programa de estudios. En cuanto a la antigüedad que tienen en la UA el mayor porcentaje de la planta se encuentra en el rango de 1 y 5 con un 40%, seguido por los que tienen entre 6 y 10 años con un 26.7% y los que tienen menos de 1 año con un 1%. También, existe un 13.3% que tienen una antigüedad entre los 21 y 30 años. Del total de los encuestados el 78.6 % tiene experiencia laboral y su ocupación actual se concentra como propietario o socio con un 21.4%. En relación al tiempo que llevan ejerciendo la profesión el 100% de los encuestados refleja tener más de 6 años de experiencia en el mercado laboral.

2.2.2 Estudio empírico para alumnos

Población y muestra

La población de alumnos del total de las unidades académicas que participaron en el proceso de evaluación del plan de estudio fueron 234 distribuida en las dos unidades académicas, como se muestra en la tabla 37. Es importante destacar que dada las características del estudio y con el objetivo de recabar la mayor cantidad de información, el muestreo se dirigió específicamente a los alumnos que se encontraban en quinto, sexto, séptimo y octavo semestre del programa educativo. El método de recopilación de la información fue una encuesta. Para garantizar el tamaño de la muestra se envió la encuesta a un mayor número de estudiantes y al final se obtuvo respuesta de alumnos, valor que será utilizado como unidad de muestra (Ver tabla 37).

Tabla 37. Número de alumnos que participaron en la encuesta para la evaluación del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística de cada unidad académica de UABC

UNIDAD ACADÉMICA	POBLACIÓN ESCOLAR	ALUMNOS PARTICIPANTES
Mexicali	48	48
Tijuana	186	40
Total =	234	88

Fuente: Elaboración propia, con base en FTYM (2019) y FCA (2019).

Instrumento

Para medir las variables de estudio se diseñó un cuestionario con tres secciones, en la primera asociada a datos generales del alumno, la segunda al plan de estudios y la tercera a servicios académicos (ver anexos).

Procedimiento de recolección de análisis de datos

El instrumento se aplicó en formato en línea, diseñado en el formulario de las aplicaciones de Google, donde la UABC tiene dominio de uso. Dicho formulario se envió por correo electrónico y redes sociales a los alumnos, anexando en link para ingresar y responder el cuestionario.

Las unidades académicas que fueron consideradas para realizar lo estudio fueron: Mexicali y Tijuana, con el mismo instrumento. Varias veces se enviaron los cuestionarios para recordar continuamente a los alumnos, con la finalidad de recabar el mayor número de respuestas, obteniendo en total 234 cuestionarios contestados.

La recolección de información del estudio sobre la opinión de los estudiantes se realizó siguiendo los lineamientos descritos a continuación:

1. Identificación de los alumnos del programa de licenciado en mercadotecnia del quinto al octavo semestre
2. Aplicación de cuestionarios
3. Análisis de datos
4. Elaboración del informe

El período en que se recolectaron los datos fue entre abril a mayo del 2018. Al concluir el periodo establecido para responder el cuestionario, se procedió a deshabilitar el link.

De igual manera, para este sujeto de estudio, el análisis de la información fue descriptivo lo que permitió identificar el comportamiento y tendencia de los datos mediante el uso de tablas y en algunos casos, gráficas.

2.3 Resultados

Modelo educativo y plan de estudios

El modelo educativo de la UABC se sustenta filosófica y pedagógicamente en el humanismo, que destaca la concepción del ser humano como una persona integral; el constructivismo, que promueve un aprendizaje activo y centrado en el alumno; y la educación a lo largo de la vida, que enfoca su atención en los aprendizajes, en vez de limitarse a la transmisión de conocimiento. En este modelo educativo se contemplan tres atributos esenciales: la flexibilidad curricular, entendida como una política que permite la generación de procesos organizativos horizontales, abiertos, dinámicos e interactivos que facilitan el tránsito de los saberes y los sujetos sin la rigidez de las estructuras tradicionales; otro de los atributos es la formación integral, que contribuye a formar en los alumnos actitudes y formas de vivir en sociedad sustentadas en las dimensiones ética, estética y de valores; y el sistema de créditos, reconocido como recurso operacional que permite valorar el desempeño de los alumnos (UABC 2013, pág. 33).

El plan de estudio es congruente con el modelo educativo de la UABC, está centrado en el estudiante; el currículo está basado en el humanismo, constructivismo y en la educación a lo largo de la vida; flexible, con enfoque por competencias, promueve una formación integral y profesional, con vinculación en sectores sociales y productivos.

Mapa curricular

El programa educativo consta de tres etapas de formación: etapa básica que incluye dos semestres de tronco común y uno de la carrera (inicio de carrera), etapa disciplinaria y etapa terminal, la cual se observa en la figura 13, las cuales integran materias obligatorias y optativas; de igual forma los avances científicos y tecnológico han permitido que se integren a éste modelo temas de interés que complementen la formación del alumno en la modalidad denominada otros cursos optativos.

I		II		III		IV		V		VI		VII		VIII	
Certificación 11147 2 HC 3 HT 7 CR	Contabilidad Aplicada 11148 3 HC 3 HT 7 CR	Entorno Turístico 11204 3 HC 3 HT 7 CR	Componentes del Sistema Turístico 11208 2 HC 2 HT 6 CR	Lógica y Operación de Eventos 11204 2 HC 2 HT 6 CR	Dirección y Organización de Eventos 11207 2 HC 2 HT 6 CR	Marketing de Servicios 11204 2 HC 2 HT 6 CR	Proyecto de Inmersión Turística 11206 8 HC 4 HT 4 CR	Comunicación Oral y Escrita 11208 1 HC 2 HT 4 CR	Denuncia 11244 3 HC 3 HT 6 CR	Integración y Desarrollo del Talento Humano 11206 2 HC 2 HT 6 CR	Servicio al Cliente 11206 2 HC 2 HT 6 CR	Operación de Establecimientos de Alimentos y Bebidas 11206 2 HC 2 HT 6 CR	Gestión de Establecimientos de Alimentos y Bebidas 11208 2 HC 2 HT 6 CR	Desarrollo Sustentable 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Marketing Estratégico 11206 8 HC 4 HT 4 CR
Desarrollo Humano 11208 1 HC 2 HT 4 CR	Economía 11246 2 HC 2 HT 6 CR	Entorno Socioeconómico de México 11206 2 HC 2 HT 6 CR	Geografía Turística Universal 11208 2 HC 2 HT 6 CR	Operación de Servicios de Viaje 11206 3 HC 2 HT 6 CR	Operación de Establecimientos de Hospedaje 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Gestión de Establecimientos de Hospedaje 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Finanzas Internacionales 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Ortografía y Estilo de los Negocios 11208 2 HC 2 HT 6 CR	Lógica para la Toma de Decisiones 11246 1 HC 2 HT 6 CR	Geografía Turística Nacional 11208 2 HC 2 HT 6 CR	Toma de Decisiones Serenitarias en Empresas Turísticas 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Administración Estratégica 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Inglés Técnico (ámbito de Turismo) 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Emprendimientos 11202 3 HC 3 HT 6 CR	Diseño de espacios ambientales 11202 2 HC 2 HT 6 CR
Matemáticas 11240 2 HC 2 HT 6 CR	Probabilidad y Estadística 11247 2 HC 2 HT 6 CR	Marketing 11207 2 HC 2 HT 6 CR	Matemáticas financieras 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Lógica Turística 11202 4 HC 2 HT 6 CR	Revisión Financiera 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Elaboración de 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Proyecto de Vinculación 11202 2 CR	Responsabilidad Social 11241 2 HC 2 HT 6 CR	Proceso Administrativo 11249 2 HC 2 HT 6 CR	Estadística Aplicada al Turismo 11208 2 HC 2 HT 6 CR	Comportamiento del Consumidor 11212 2 HC 2 HT 6 CR	Investigación de Mercados 11218 2 HC 2 HT 6 CR	Comunicación Integral de Marketing 11217 2 HC 2 HT 6 CR	Desarrollo Profesional 11204 2 HC 2 HT 6 CR	Prácticas Profesionales 11 CR
Tecnología de la Información 11242 1 HC 2 HT 6 CR	Sistemas de Información 11249 2 HC 2 HT 6 CR	Ecología Turística 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Metodología de la Investigación 11218 2 HC 2 HT 6 CR	Relaciones Públicas 11216 2 HC 2 HT 6 CR	Administración de Ventas 11214 2 HC 2 HT 6 CR	Economía Turística 11202 2 HC 2 HT 6 CR	Taller de Evaluación de Gestión Turística 11212 4 HT 4 CR								

TRONCO COMÚN

CREDITOS REQUERIDOS:

Créditos Obligatorios: 239
 Créditos Optativos: 74
 Prácticas Profesionales: 15
 Proyecto de Vinculación: 2
 Total: 330

 Asignaturas Seriadas
 Asignaturas Obligatorias
 Asignaturas Optativas

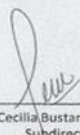
Vo. Bo. 
 Dra. Ana Cecilia Bustamante Valenzuela
 Subdirectora

Figura 13. Etapas de formación del Programa Educativo

Fuente: Facultad de Ciencias Administrativas, 2019.

Así, el plan de estudios integra unidades de aprendizaje obligatorias y optativas. Las obligatorias se conforman de 14 materias de tronco común y 25 de la carrera, siendo las optativas alrededor de 12 materias. En total constituyen 330 créditos, de los cuales el 72.4% (239) son obligatorios, 23% (76) optativos e incluye proyecto de vinculación y 4.6% (15) para la realización de prácticas profesionales.

Las materias se dividen en tres etapas de formación: etapa básica, abarca dos semestres de tronco común (representa el 33% de las materias obligatorias) y uno de carrera (inicio de carrera); etapa disciplinaria que consta de tres semestres y etapa terminal con dos semestres en las cuales se integran unidades de aprendizaje obligatorias y optativas.

Además de los créditos del mapa curricular, en el documento original aprobado en Consejo Universitario (UABC, 2009:42) se menciona que, como parte de las prácticas profesionales, los estudiantes deberán realizar: 600 horas de profesionalización (en empresas del sector), 1000 horas de especialización

(equivalentes a tres viajes de familiarización) además de las horas equivalentes a 15 créditos de Prácticas Profesionales. En la FTyM se realizó un ajuste al número de horas de especialización, reduciéndolo a un viaje nacional (equivalente a 350 horas) y realizando prácticas de campo en la región, para reducir costos de operación del programa.

Los estudiantes realizan las 600 horas de profesionalización y 400 horas equivalentes a los 15 créditos de las prácticas profesionales. De un total de 2000 que establecía el diseño original del PE, en la FTyM el estudiante realiza 1350 horas vinculadas a la profesión.

En la FCA los estudiantes realizan 350 horas en empresas u organismos del sector y el resto se acreditan al cumplir con dos prácticas de campo que se llevan a cabo visitando los destinos turísticos del Estado y otro, recorriendo la Península o los principales destinos del resto del país.

Los 15 créditos de prácticas profesionales representan 525 horas en esta sede del PE. El total de horas de práctica vinculada a la profesión es de 875 horas. Se reconoce que no es deseable la aplicación diferenciada de estos criterios.

Respecto al área de conocimiento del plan de estudios, el 35% de los créditos corresponden al área del turismo, 23% al área económico-administrativo, 17% al área de finanzas, 7% al área de la mercadotecnia, 12% al área humana y 5% correspondientes a las prácticas profesionales.

Existen solo dos seriaciones, favoreciendo la flexibilidad curricular (Ver figura 14).

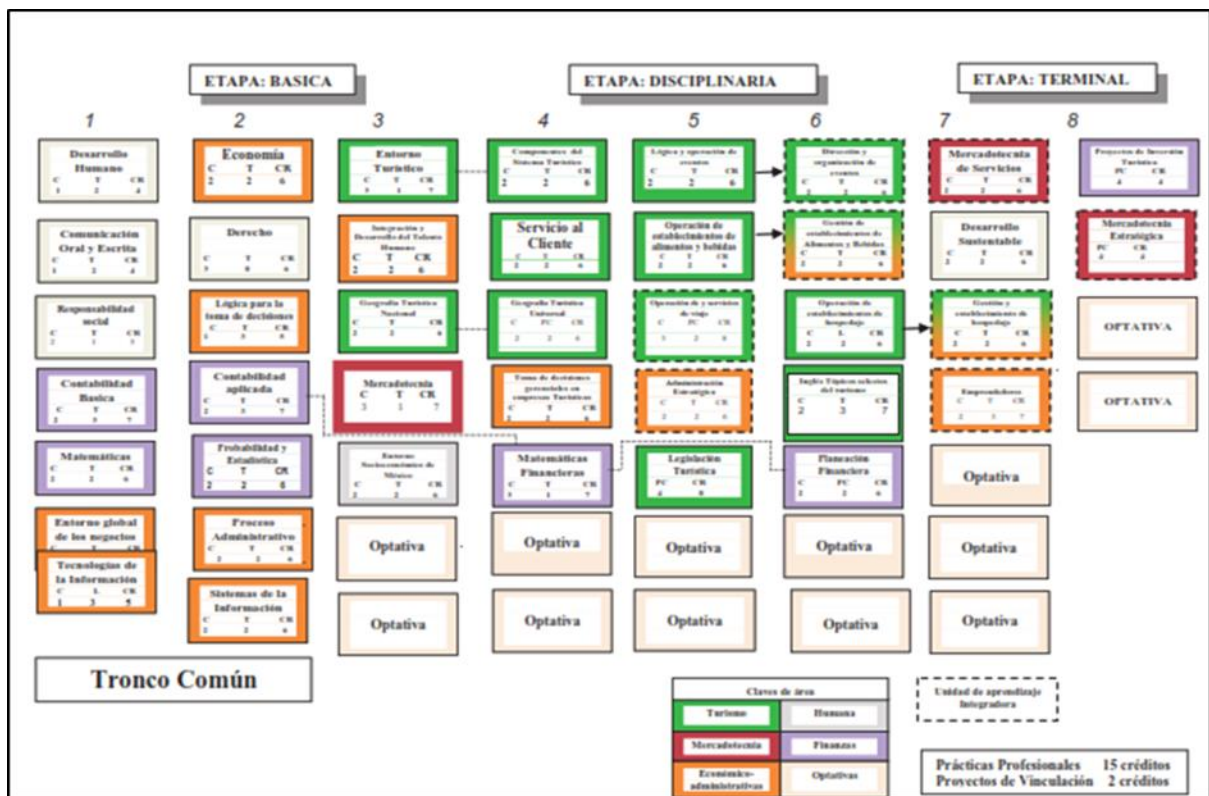


Figura 14. Mapa curricular del programa educativo
Fuente: UABC, 2009.

Las unidades de aprendizaje optativas aprobadas en el programa educativo se integran por 27 materias registradas, se ofertan 13 de manera semestral, lo que ha permitido incorporar unidades de aprendizaje sin necesidad de realizar nuevos trámites. Los ajustes que se han realizado a lo largo de la operación del programa educativo han sido a través de las materias optativas; se han agregado nuevas en respuesta a las necesidades del sector turístico.

De la operación del mapa curricular en su diseño original se evalúa lo siguiente:

- El tronco común representa el 26% de las unidades de aprendizaje del plan de estudios, que son conocimientos generales del área económico administrativo, finanzas y humanas.
- Es hasta tercer semestre que el estudiante inicia con conocimientos generales de la actividad turística, solo con dos unidades de aprendizaje.

- La comprensión de la operación de las empresas del sector turístico está cargada hasta quinto semestre, en tanto que la administración se encuentra en sexto semestre (tarde, respecto al análisis comparativo internacional y nacional), lo que contribuye a que el estudiante egrese con un conocimiento general de la administración y operación de las empresas del sector, contrastando la información obtenida de los empleadores al evaluar a los egresados.
- La mayoría de las unidades de aprendizaje vinculadas al área de conocimiento del turismo se centran en la operación y administración de empresas del sector (eventos, hospedaje, A y B, viajes) sin embargo, se considera el soporte teórico, de análisis y de integración de la actividad turística limitada.
- Respecto a las unidades de aprendizaje vinculadas al área de mercadotecnia, ocupa apenas un 7% y aparecen en la etapa básica y etapa terminal; en etapa disciplinaria no se tiene vinculación. Sin embargo, en la FCA, esta etapa se refuerza con materias optativas de dicha disciplina. Esta área es relevante, ya que permite el diseño, integración y comercialización de producto turístico, que es una de las tendencias encontradas en la evaluación externa.
- El área de finanzas también presenta una carga en formación básica, lo que permite evidenciar que el nivel de conocimientos es general.
- Algunas de las unidades de aprendizaje optativas de la etapa terminal se requieren que sean tomadas en etapa disciplinaria, ya que son base para la aplicación e integración del conocimiento.
- Las prácticas profesionales y proyectos de vinculación con valor en créditos se realizan en la etapa terminal (octavo semestre), en empresas con las que se tiene convenio y, para el programa educativo, se promueve la realización fuera de la entidad, lo que permite recuperar buenas prácticas de empresas y

destinos turísticos desarrollados y generar una contribución al desarrollo regional o nacional.

- Hay insuficiencia de materias impartidas en inglés, de acuerdo a las necesidades actuales del mercado laboral; la que está como obligatoria en el plan de estudios se encuentra en la etapa disciplinaria, generando un cuello de botella en el estudiante que tiene deficiencias en el manejo del idioma.

El plan de estudios fue aprobado en 2009-2, por lo que, a diez años de ello se considera que no es congruente con los requerimientos actuales de la profesión, ya que, actualmente tiende a la comprensión del turismo especializado, en gestión de empresas y gestión de destino, con bases sólidas de la operación, gestión y administración de empresas; mercadotecnia, comunicación, aplicación de tecnologías de la información y manejo de idiomas; integración del patrimonio cultural y natural a un producto turístico sostenible y su comercialización, en un contexto de competitividad global.

Programas de unidades de aprendizaje

El plan de estudios 2009-2 del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística está integrado por un bloque de unidades de aprendizaje obligatorias que se consideran fijas y otro grupo de unidades de aprendizaje optativas y de carácter flexible. Las primeras se encuentran a lo largo del currículo en las diferentes etapas de formación, mismas que fueron diseñadas en relación con las competencias generales del programa educativo, por lo que guardan una estrecha vinculación directa con su logro; las segundas permiten al alumno un aprendizaje de contenidos de acuerdo a sus intereses, ofreciendo la posibilidad de ampliar el tipo de experiencia académica y que sirvan de apoyo a la futura actividad profesional. La flexibilidad depende de la oferta y demanda de cada unidad académica o de las necesidades del ámbito profesional.

En cada unidad de aprendizaje, es posible encontrar el propósito, las competencias a desarrollar, el contenido temático, los métodos de enseñanza-aprendizaje sugeridos y los procedimientos utilizados para la evaluación de los alumnos; éstos

últimos de acuerdo con el Estatuto Escolar vigente. Con respecto a la bibliografía básica y complementaria está indicada en cada programa de unidad de aprendizaje, siendo necesaria su actualización para mantenerles vigentes.

Debido a la flexibilidad curricular se han desarrollado a partir en el 2011 las siguientes unidades de aprendizaje optativas: Turismo de reuniones (obedeciendo al inicio de operaciones del recinto Baja California Center); Diseño y planeación de menú (identificando la tendencia de crecimiento del sector gastronómico). A partir de 2016, para fortalecer el programa educativo en los ejes de mercadotecnia digital, diseño y comercialización de producto turístico se crearon unidades de aprendizaje de Mercadotecnia digital para empresas turísticas y Diseño de producto turístico. Como mecanismo para organizar el Viaje de Familiarización y favorecer la formación de competencia en la operación de viajes nacionales se creó la unidad de aprendizaje de Gestión de viajes de grupo; finalmente una materia homologada con SDSU, diseñada en 2016, permite al estudiante la práctica del idioma inglés y la comprensión de la dinámica transfronteriza vinculada al turismo sostenible.

Para mejorar la flexibilidad del programa educativo, se ofertan las materias optativas por bloque, sin considerar el semestre o la etapa en la que estuvieran registradas, reconociendo que algunas de éstas, diseñadas para la etapa terminal, era conveniente que el estudiante las cursara en etapa disciplinaria (Diseño gráfico, Diseño y planeación de menú, Economía turística, Administración de ventas).

También se dejaron de ofrecer algunas materias como habilidades gerenciales, por encontrarse contenidos similares a la unidad de aprendizaje de toma de decisiones gerenciales en empresas turísticas. Además, se ha promovido que los estudiantes tomen cursos de otras unidades académicas para facilitar la especialización del perfil y la formación multidisciplinaria.

Opinión de los docentes

En las gráficas 15 y 16 se presenta la percepción de los profesores respecto al mapa curricular: destaca el hecho de que la mayoría considera que el tronco común

no es pertinente con el programa de estudios y que se repiten contenidos de las unidades de aprendizaje.

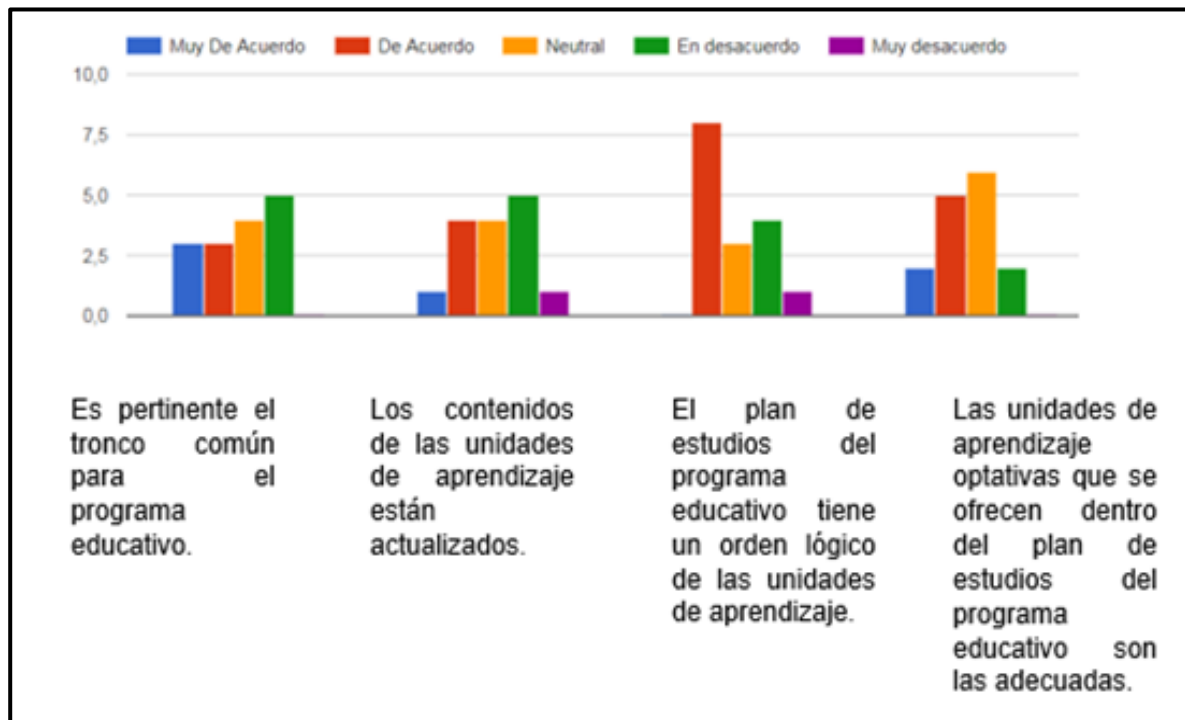


Figura 15. *Percepción de los profesores con respecto al plan de estudios*

Fuente: Elaboración propia, con base en el trabajo de campo, 2018.

Una parte importante de los encuestados consideran que los estudiantes no cuentan con los conocimientos previos requeridos. Respecto a la seriación, consideran que es pertinente la mayoría de los encuestados.

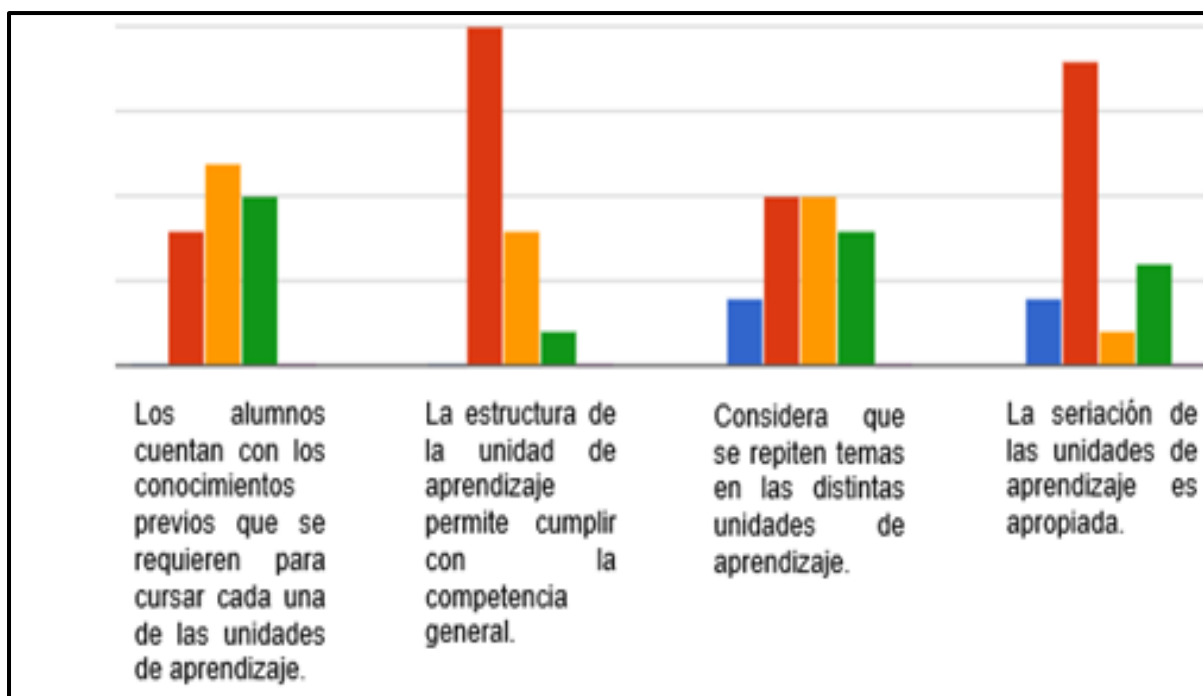


Figura 16. *Percepción de los profesores en relación a las unidades de aprendizaje*

Fuente: Elaboración propia, 2019.

De lo anterior se desprende el siguiente análisis con base a la opinión de los docentes de ambas sedes:

- Deseablemente el tronco común deberá omitirse, iniciando con los primeros semestres con la comprensión de la actividad turística, bases teóricas y de análisis, así como la operación de las empresas turísticas.
- Mantener la proporción de la base administrativa incorporándolo a la comprensión de gestión de las empresas del sector turístico, fortaleciendo la especialización en etapa disciplinaria (no básica, como actualmente se encuentra).
- Fortalecer la línea de conocimiento del área de mercadotecnia, en etapa disciplinaria y terminal.
- Incorporar más unidades de aprendizaje en inglés desde la etapa básica que permita el fortalecimiento del idioma.

- Dentro del área de conocimientos humanas en el diseño actual no se incorporan materias de comunicación, relaciones públicas; también se deberá mejorar la aplicación de las tecnologías de manera transversal.
- Se considera pertinente la realización de una estancia empresarial, pero sería deseable la realización de ésta en etapa disciplinaria y que el estudiante regresará a cursar unidades de aprendizaje de aplicación de innovación y buenas prácticas en empresas del sector en la región, contribuyendo así al desarrollo local, realizando, previamente, planes de gestión empresarial de distintos criterios en unidades de aprendizaje integradoras.
- Es importante considerar que, en el estudio de egresados, las actividades académicas de mayor impacto en su formación resultaron ser: las estancias profesionales, el viaje de familiarización, las prácticas de campo, y las horas de profesionalización, que son elementos que vinculan al estudiante con el sector real, en la lógica de formación de aprender haciendo. Estos elementos deberán de incorporarse de alguna forma en el nuevo plan de estudios.

Opinión de los estudiantes

Sin embargo, en el estudio empírico realizado, el 59.4% de los estudiantes consideraron que el perfil de egreso corresponde a la actividad profesional real de la licenciatura. El 34.4% consideró que parcialmente y un 3.1% no sabía y una proporción igual considera que no. Reconocen de manera positiva las áreas de especialización donde se pueden desenvolver en el sector (hotelería, eventos, alimentos y bebidas, y turismo de naturaleza). Se considera que a pesar de que el plan de estudios cuenta con 10 años de haberse aprobado, existen factores que han favorecido el mantenimiento en vigencia, hasta cierto nivel: la realización de las 600 horas de profesionalización que permiten que los estudiantes conozcan la operación y administración real; la incorporación de unidades de aprendizaje con contenidos en tendencia.

El mismo estudio señaló que los alumnos reconocen como áreas de su profesión más relevantes: el planear, dirigir y gestionar eventos; diseñar e implementar planes

de acción para la mejora en la competitividad de la organización turística y la toma de decisiones oportunas y racionales en función de los objetivos y políticas del sector turístico.

De la muestra tomada, el 80% de los estudiantes encuestados conoce el perfil de egreso de la LGT y un 20% no; de los que lo conocen consideraron en un 59.4% que el perfil de egreso es congruente con la actividad profesional del PE, un 34.4% considera que sólo en parte corresponde a la actividad profesional. En lo general a la pregunta de satisfacción con lo aprendido en su proceso de formación el 70% se encuentra satisfecho, un 30% declara que solo en parte.

En la tabla 38 se presentan las unidades de aprendizaje del programa educativo identificadas con la necesidad de reestructurarse o actualizarse. En etapa básica destaca contabilidad; en etapa disciplinaria y terminal servicio al cliente, operación de alimentos y bebidas y gestión de empresas de alimentos.

Tabla 38. *Unidades de aprendizaje con áreas de oportunidad*

Etapa de formación	Materia	Número de menciones
Básica	Contabilidad	31
	Entorno Socioeconómico de México	8
	Comunicación Oral y Escrita	8
	Economía	8
Disciplinaria y Terminal	Servicio al Cliente	17
	Operación de Alimentos y Bebidas	10
	Gestión de Establecimientos de Hospedaje	10
	Legislación Turística	9
	Matemáticas Financieras	9
	Logística y operación de eventos/Dirección y organización de eventos.	8

Fuente: Elaboración propia, con base en el trabajo de campo, 2018.

De las unidades de aprendizaje que deberán actualizar los contenidos temáticos, o eliminarse definitivamente, destacan las que se presentan en la tabla 39. Los datos se obtuvieron de egresados y estudiantes. En el estudio de estudiantes, el 60% de

ellos consideró que no era necesario que se eliminaran unidades de aprendizaje, pero el 40% sí. El estudio de egresados, recomienda actualizar todos los contenidos, destacando las menciones de las que aparecen en la tabla. Se reconoce que, es necesario realizarlo con las cartas que no han sido actualizadas (diseñadas y aprobadas en 2009).

Tabla 39. Unidades de aprendizaje que deben eliminarse o actualizarse

UNIDAD DE APRENDIZAJE	MENCIONES	ELIMINAR	ACTUALIZAR
Estudiantes			
Toma de Decisiones Gerenciales en Empresas Turísticas	5	X	
Logística y Operación de Eventos	5	X	
Egresados			
Legislación Financiera	55%		X
Emprendedores	34%		X
Administración Estratégica	34%		X
Entorno Global de los Negocios	32%		X
Desarrollo Sustentable	32%		X
Inglés Tópicos	32%		X
Planeación Financiera	32%		X
Componentes del Sistema Turístico	32%		X
Sistemas de Información	30%		X
Toma de Decisiones Gerenciales en ET.	30%		X

Fuente: Elaboración propia, con base en el trabajo de campo, 2018.

Respecto a las unidades de aprendizaje, desde el punto de vista de los egresados, que deberán de incluirse destacan en áreas de conocimiento tales como: idiomas (inglés y otros), mercadotecnia y comercialización turística, administración y finanzas, relaciones públicas, desarrollo de productos y servicios turísticos. También deberán incorporarse preparación en medios y mercadotecnia digital, así como logística aplicada.

El 100% de los estudiantes encuestados coinciden en que se requieren unidades de aprendizaje de inglés avanzado, turismo especializado (cultural, aventura). Las 3 materias de la etapa básica que consideran que han contribuido en su formación académica: contabilidad, proceso administrativo, responsabilidad social; con respecto a las materias que consideraron importantes de las etapas disciplinaria y terminal y que consideraron relevantes a su formación profesional: Servicio al

cliente, Legislación Turística, Logística y operación de eventos, Dirección de eventos y Planeación financiera.

A la pregunta de si se considera necesaria la inclusión de alguna(s) materia(s) en el plan de estudios, el 60% contestó que Toma de decisiones gerenciales y Componentes del sistema turístico.

Del proceso enseñanza-aprendizaje, el 70% de los estudiantes consideraron que el nivel de formación docente es bueno, mientras que el 27.5% considera que es regular; solo un 2.5% consideró el nivel del profesorado como deficiente. Entre las razones por las cuales consideran que es adecuado el nivel de formación docente es porque consideran que la mayoría de ellos cuenta con un nivel adecuado de conocimientos y la forma en cómo instruye es el correcto, además de contar con experiencia profesional en el sector turístico. Los que consideran que tienen una formación regular o deficiente consideran que la forma de dar clases de algunos profesores es obsoleta. Dentro de las recomendaciones que realizan para mejorar el proceso enseñanza-aprendizaje es que las áreas prácticas de las unidades de aprendizaje aumenten (32 de 34), que se realicen más prácticas de campo (16 de 34) y que haya programas de capacitación docente constante.

En lo general se considera que el perfil de egreso se cumple parcialmente, enfocándose solo a la formación en el área de empresas turísticas de eventos, hospedaje y alimentos y bebidas.

Contrastando las necesidades identificadas en la evaluación externa, respecto al punto de vista de los profesores, se encontraron deficiencias del programa educativo actual en las áreas de: mercadotecnia, administración, finanzas y servicio al cliente, que son áreas de formación relevantes para la profesión en la actualidad.

Tecnología educativa y de la información para el aprendizaje

En la FTyM son pocos los cursos que están habilitados para ofrecerse con uso de tecnologías de la información. En el tronco común se ha incrementado a siete el número de unidades de aprendizaje que se ofertan en modalidad semi presencial

(incorporando el uso de la plataforma Blackboard). A partir de tercer semestre, solo cuatro materias están registradas bajo esta modalidad. Otra plataforma que se emplea es Google Classroom, sin embargo, no se lleva registro de la cantidad de profesores que hacen uso de ella.

En la FCA se promueve el uso de herramientas de tecnología educativa y de la información para el aprendizaje como son: Blackboard, Google Classroom, correo electrónico institucional e internet, entre otros, dependiendo de la unidad de aprendizaje se fomenta el uso de Microsoft Office y SPSS para desarrollar habilidades en el manejo de la información a través de dichas tecnologías. A los docentes se les capacita con cursos para que apliquen dichas tecnologías en el aula. Aunado a lo anterior los alumnos pueden tomar materias del Catálogo de Unidades de Aprendizaje en Línea (CUAL) que ofrece materias en línea disponibles para todos los estudiantes de la UABC.

En las dos facultades se considera que el uso de las TIC por parte de los profesores es insuficiente y poco efectiva; en la FTyM de las seis materias implementadas en modo semipresencial (con plataforma de Blackboard), al menos cuatro, presentan un alto índice de reprobación. Contrastando este indicador con información cualitativa obtenida de los estudiantes, ellos refieren que reprueban porque no se adaptan a la plataforma y olvidan las fechas de entrega de proyectos. Aunque se conoce que varios profesores la usan como apoyo, del uso de plataformas no se tienen registros.

En la FCA, en el programa educativo de Licenciado en Gestión Turística, las herramientas de tecnologías educativas que se utilizan son *Blackboard* a pesar de que no de manera constante, en 2019-2, dos materias se registraron bajo esta modalidad en cambio *Google Classroom* misma que se usa con más frecuencia.

Para promover su uso se ofertan cursos de capacitación para los profesores. Otras herramientas son, el uso de correo electrónico institucional e Internet, se fomenta el uso de *Microsoft Office* y *SPSS* para desarrollar habilidades en el manejo de la información a través de dichas tecnologías. A los docentes se les capacita con

cursos para que apliquen las TIC en el aula. Los estudiantes también pueden tomar materias en línea del Catálogo de Unidades de Aprendizaje en Línea (CUAL) que la UABC ofrece a todas las unidades.

En ambas facultades se reconocen múltiples áreas de oportunidad en el uso y formación de competencias de TIC especializadas en la industria del turismo, en la FTyM sólo se cuenta con el software especializado en el área de restaurantes (*Softrestaurant MR*), pero se realizan pocas prácticas, no se trabaja con alguno especializado para administración hotelera, viajes, ventas, promoción, etc. La FCA contaba con el software, sólo que al terminar su vigencia no se renovó, por consiguiente, existe una gran necesidad de que el PE cuente con el software especializado ya mencionado.

Respecto a las aulas y su equipamiento se consideran pertinentes en ambas sedes. En la FTyM se cuenta con salones que cuentan con computadora con conexión a internet, cañón y pizarrón inteligente, además de pintarrón. Las mesas y sillas permiten versatilidad para el trabajo en equipo, realización de dinámicas grupales, mesas redondas, etc. En la FCA es pertinente el equipamiento de las aulas con cañón e internet (la velocidad del mismo no es la adecuada), se cuentan con cinco laboratorios de cómputo debidamente equipados para la realización de las actividades académicas, algunos cuentan con pizarrón inteligente, para la impartición de talleres y realización de eventos, se dispone de áreas específicas como salas de uso múltiples, aula magna y audiovisual.

Actividades para la formación integral

En general el programa educativo fomenta las actividades optativas de Formación Integral con valor en Créditos de la UABC, en las que el alumno puede obtener créditos optativos al participar en alguna de las cinco acciones que contiene:

- 1) Evento académico en otro idioma,
- 2) Evento académico habla hispana,
- 3) Actividades culturales,

- 4) Actividades deportivas, y
- 5) Actividades complementarias de formación profesional

La asignación de créditos por estas actividades cuenta con un tope máximo de 6 créditos para eventos académicos en español y en otro idioma que podrán ser otorgados en cualquier etapa de formación de los alumnos y 10 créditos para actividades culturales, deportivas y complementarias de formación integral, los cuales podrán ser asignados en dos etapas, 6 créditos para asignarse en etapa Básica y 4 créditos las etapas Disciplinaria y Terminal. (Estatuto Escolar, artículo 186, 187). Adicionalmente, los estudiantes pueden cursar materias optativas en otras unidades académicas que cuenten con asignaturas previamente autorizadas para este propósito por la UABC.

Aunado a lo anterior el plan de estudios considera programas con carácter obligatorio tales como servicio social comunitario (SSC) y servicio social profesional (SSP), la práctica profesional (PP) así como los proyectos de vinculación con valor en créditos (PVVC). En los cuales se potencia la interacción del estudiante con diversos actores de la sociedad, así como con los sectores gubernamental y económico.

Una actividad primordial para la formación del estudiante que estudia la Licenciado en Gestión Turística es el estudio de idiomas, específicamente del inglés, el cual no se encuentra integrado al plan de estudios.

En particular en la FTyM se realizan actividades de formación integral, además de las que ofrece el Campus Tijuana en las distintas unidades académicas. En el último año se han realizado diversas actividades. Destacan transmisión de películas de cine, conferencias y actividades deportivas (en coordinación con la Facultad de Deportes). Dichas actividades son pertinentes ya que favorecen el análisis de la profesión (películas vinculadas a la profesión), la distracción y realización de actividad física, así como la participación en eventos académicos integrales.

Sin embargo, se reconoce poco pertinente la realización de las actividades durante horas clase, afectando el tiempo de dedicación escolar. También es importante destacar que los estudiantes, siguiendo la trayectoria recomendada de ocho semestres, realizan las actividades de formación integral normalmente en el primer año de tronco común. Los estudiantes al cumplir con ocho actividades de formación integral tienen la oportunidad de obtener un crédito, presentando el documento evidencia (carnet 8=1 completo).

Por otra parte, el programa educativo de Licenciado en Gestión Turística en la FCA, en cada semestre los alumnos participan en actividades deportivas y culturales. Se llevan a cabo dos eventos emblemáticos, en el semestre non se tiene el evento “Enricrece” en cual se promueven los valores entre el estudiantado y en el semestre par, se ofrece el evento “Sinergia” donde se organizan conferencias relacionadas a cada programa educativo. Aparte el programa educativo organiza el evento del día del turismo.

Enseñanza de lenguas extranjeras

Para egresar del PE el alumno requiere solamente de tres niveles de un idioma extranjero, siendo el inglés el más concurrente por la situación geográfica y por ser el más utilizado a nivel mundial. En la FMyT se realizan distintas acciones para promover la práctica del idioma inglés en el PE. Destacan las siguientes:

- El programa tiene incorporada una clase obligatoria en inglés: Tópicos de Turismo en inglés, que se imparte en sexto semestre. Para darse de alta, la docente realiza un examen diagnóstico, quedando inscritos los estudiantes que tienen el nivel suficiente para establecer una conversación en este idioma.
- A partir de 2016 se incorpora la Materia homologada con la *Robert Payne School* de *San Diego State University*, Manejo Integral para un Turismo Sustentable que se imparte en inglés, integrándose con estudiantes de esta universidad. Participan, en promedio, 12 estudiantes por convocatoria anual, que debe de cumplir con requisitos de ingreso específicos: adecuado nivel de

inglés a nivel conversacional y escrito, visa vigente, disponibilidad de horario el día de la clase y compromiso y responsabilidad.

- El programa de estudios permite la equivalencia de créditos optativos por unidades de aprendizaje del centro de idiomas (UNISER). El estudiante puede registrar dichos cursos hasta por tres veces.
- En coordinación con el profesor Victor Clark del Centro de Estudios Latinoamericanos se realizan entre dos y cuatro encuentros por semestre de estudiantes de dicho centro de SDSU.
- Se han implementado también sesiones de práctica del idioma con estudiantes con adecuado manejo del idioma, dirigido a estudiantes que requieren mayor práctica.
- Asesorías con estudiantes avanzados, incorporadas al programa 8=1.
- Finalmente se ha gestionado un curso intersemestral que favorece el cumplimiento de un requisito de egreso y la práctica del idioma.

En la FCA también se imparte en sexto semestre la materia obligatoria Inglés Tópicos Selectos de Turismo, el maestro realiza un diagnóstico y con base en los resultados elabora su plan de clase, debido a los diversos niveles del idioma que alumnos presentan. Adicionalmente, en la FCA se ofertan los seis niveles del idioma inglés ya sea en la modalidad semestral, de lunes a viernes, sabatino o intersemestral y con costo adicional para el estudiante. En cuanto a otros idiomas como francés, alemán y chino mandarín se ofertan de manera semestral en el horario intermedio, sin costo adicional para el estudiante. El estudiante de la FCA también puede estudiar idiomas en la Facultad de Idiomas, además del uso de plataformas en línea como English for UABC. Constantemente se les advierte de la gran necesidad que tienen de estudiar idiomas para ser competitivos en el campo laboral.

En ambas sedes para determinar el nivel del idioma inglés, se aplica un examen diagnóstico (de ubicación en la Facultad de Idiomas) sin costo a los estudiantes en la etapa de Tronco Común, con el objetivo de que se inscriba en el nivel adecuado de acuerdo al resultado, el estudiante tiene un año para inscribirse, si no, el resultado, pierde vigencia, por lo tanto, éste deberá volver a presentar el examen para inscribirse. A partir de tercer semestre el examen de ubicación tiene costo. Por lo tanto, al entrar a carrera, en su primer semestre, se promueve que se inscriban a inglés (en caso de que no traigan esa trayectoria de estudio), se impulsa, se trata de concientizar, que estudien seis niveles de inglés.

2.4 Conclusión

Como resultado del análisis de resultados de los docentes, egresados y alumnos se considera que el tronco común deberá omitirse, iniciando con los primeros semestres con la comprensión de la actividad turística, bases teóricas y de análisis, así como de la operación de las empresas turísticas. Será necesario mantener la proporción de la base administrativa incorporándolo a la comprensión de gestión de las empresas del sector turístico, fortaleciendo la especialización en etapa disciplinaria (y no en la básica, como actualmente se encuentra).

También se hizo evidente que es necesario fortalecer la línea de conocimiento del área de mercadotecnia, en etapa disciplinaria y terminal, así como incorporar más unidades de aprendizaje en inglés desde la etapa básica que permitan el fortalecimiento del idioma.

Dentro del área de conocimientos humanas en el diseño actual no se incorporan materias de comunicación ni relaciones públicas; también se deberá mejorar la aplicación de las tecnologías de manera transversal.

Se considera pertinente la realización de una estancia empresarial, pero en etapa disciplinaria para que el estudiante regrese a cursar unidades de aprendizaje de aplicación de innovación y buenas prácticas en empresas del sector en la región,

contribuyendo así al desarrollo local, realizando, previamente, planes de gestión empresarial de distintos criterios en unidades de aprendizaje integradoras.

En el estudio de egresados, las actividades académicas de mayor impacto fueron las estancias profesionales, el viaje de familiarización, las prácticas de campo y las horas de profesionalización, que son elementos que vinculan al estudiante con el sector real, en la lógica de formación de aprender haciendo. Estos elementos deberán de mantenerse y considerar el número de horas de dedicación en el nuevo plan de estudios. Se deberá incorporar de manera transversal el manejo de tecnologías para el aprendizaje, así como el uso de programas y plataformas especializadas en las distintas áreas del turismo.

Dada la importancia de manejo de otro idioma en el sector turístico, ya que es insuficientes, como ha quedado evidenciado en el estudio realizado a empleadores y egresados. La tendencia identificada en los estudios comparativos con otros programas de estudio permite la incorporación de materias disciplinarias en otros idiomas en mayor número.

Se reconoce que el programa educativo no se encuentra vigente. Por lo que a partir 2017, se iniciaron las reuniones de seguimiento a la modificación y actualización del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística y por academias se ha identificado que existe un vacío en la continuidad de las unidades de aprendizaje del área de mercadotecnia (en tercer semestre se tiene una unidad de aprendizaje y en séptimo mercadotecnia de servicios, generando un vacío en la continuidad de la formación en el área); la comprensión de la operación de las empresas del sector se retrasa hasta quinto semestre, lo que deja poco tiempo para la formación en materia de gestión y sus instrumentos. Por lo que se considera que la formación del egresado es general, sin contar con una ventaja competitiva respecto a otras profesiones que se vinculan con el turismo.

De este análisis se desprende que el plan de estudios requiere un mayor soporte y comprensión del sector turístico en la etapa básica. En su etapa disciplinaria se sigue fortaleciendo las áreas de administración y mercadotecnia, así como la

aplicación métodos y técnicas a la gestión de empresas turísticas desde una perspectiva integral.

3. Evaluación de la trayectoria escolar de los estudiantes por el programa educativo

3.1 Objetivo

Evaluar la trayectoria escolar de los estudiantes por el programa educativo de la Licenciado en Gestión Turística desde el proceso de ingreso al programa, trayectoria escolar, egreso del programa y resultados de los estudiantes.

3.2 Método

Se realizó un análisis documental de los fundamentos y condiciones de la trayectoria escolar, a través de la revisión de indicadores proporcionados por distintos responsables de las actividades vinculadas al programa educativo, el análisis se realizó bajo la técnica de análisis de contenido, de acuerdo a las siguientes categorías: proceso de ingreso al programa, indicadores por cohortes de la trayectoria escolar, eficiencia terminal, resultados del EGEL-CENEVAL, encuesta de trayectoria, encuesta a docentes, así como las recomendaciones realizadas por CACECA.

3.3 Resultados

3.3.1 Proceso de ingreso al programa educativo

Estrategias de difusión, promoción y orientación del programa educativo

Regularmente los estudiantes del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística lo conocen por distintos medios: exposición profesiográfica, algún familiar que estudió el programa, durante el primer año de troco común que seleccionaron como primera opción el programa educativo de Licenciado en Mercadotecnia y conocen el quehacer del gestor turístico, optan por elegir el de Licenciado en Gestión Turística.

Se identifican tres estrategias particulares:

- 1) Exposición profesiográfica
 - Montaje de stand con profesores y estudiantes.
 - Participación en mesas de diálogo con expertos del sector.
 - Presentación del programa de estudios por parte del coordinador.
- 2) Participación en ferias organizadas por instituciones de educación media superior. Se acude por invitación de la institución y asiste el coordinador del área de psicopedagogía.
- 3) Participación en las reuniones semestrales de orientadores educativos de instituciones de educación media superior. El Departamento de Formación Básica realiza una reunión con los orientadores y, a petición suya, realizan una invitación a los coordinadores de las licenciaturas en las que consideran necesario profundizar conocimientos. Los coordinadores del programa educativo LGT participan en dicha actividad.

Adicionalmente se atienden a estudiantes de nivel medio superior que acuden a las oficinas.

De acuerdo a los resultados, en ambas unidades académicas, se considera que la promoción del programa educativo es insuficiente y poco pertinente. Se ha detectado un desconocimiento generalizado del quehacer del gestor turístico y de la evolución que ha tenido el turismo en la región (los padres de familia de varios estudiantes consideran que en la región hay pocas posibilidades de inserción laboral, desalentando a los estudiantes).

Durante las exposiciones profesiográfica se ha mejorado la atención y difusión para los estudiantes interesados; sin embargo, la cobertura es mínima.

Indicadores de trayectoria escolar

Control del desempeño de los estudiantes dentro del programa

En la tabla 28 se presenta la evolución de la eficiencia terminal de la LGT en Tijuana por cohorte generacional. Se tiene una eficiencia terminal en las últimas tres cohortes de 33% en promedio, con un ingreso de 26 estudiantes y un egreso de 9. Se reconoce que es un valor bajo. Sin embargo, las causas no están necesariamente vinculadas a deserción o índices de reprobación (cuarta y quinta columna), sino con las actividades que se vinculan al programa de estudios.

El 12% de la matrícula posterga un semestre más en la etapa terminal (regularmente) para concluir las actividades vinculadas a las horas de profesionalización y servicio social profesional. Un 29% de la matrícula realiza movilidad nacional o internacional. Es importante destacar que, el modelo de la UABC es flexible y permite al estudiante cubrir en un plazo máximo, para este caso hasta 12 semestres, ver tabla 40.

Tabla 40. Eficiencia terminal Gestión Turística Tijuana

Generaciones	Ingresaron	Egresaron en 4 años	Baja (alumnos no activos)	Índice de reprobación	Rezago (alumnos vigentes con disminución de carga académica)	Egresaron un semestre después de su cohorte por movilidad	Eficiencia terminal
2014-1-2017-2	27	1	11	9	0	6	7
		3.7%	40.7%	33.3%	0%	22.2%	25.9%
2014-2-2018-1	30	2	2	7	4	15	17
		6.7%	6.7%	23.3%	13.3%	50%	56.7%
2015-1-2018-2	20	0	7	8	2	3	3
		0%	35%	40%	10%	8%	15%
PROMEDIO TOTAL	26	1	7	8	2	8	9
		3%	27%	32%	12%	29%	33%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la tabla 41 se muestran los resultados de la eficiencia terminal de Gestión Turística en Mexicali, donde el indicador señala un 66.7%.

Tabla 41. Eficiencia terminal Gestión Turística Mexicali

Generaciones	Ingresaron	Egresaron en 4 años	Baja (alumnos no activos)	Índice de reprobación	Rezago (alumnos vigentes con disminución de carga académica)	Egresaron un semestre después de su cohorte por movilidad	Eficiencia terminal
2014-1-2017-2	10	4	3	3	3	3	7
		40%	30%	30%	30%	30%	70%

Generaciones	Ingresaron	Egresaron en 4 años	Baja (alumnos no activos)	Índice de reprobación	Rezago (alumnos vigentes con disminución de carga académica)	Egresaron un semestre después de su cohorte por movilidad	Eficiencia terminal
2014-2-2018-1	14	8	3	3	3	3	11
		57%	21%	21%	21%	21%	78.6%
2015-1-2018-2	2	0	1	1	1	1	0
		0%	50%	50%	50%	50%	0%
PROMEDIO TOTAL	9	4	2	2	2	2	6
		44%	22%	22%	22%	22%	66.7%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En los últimos cuatro años las unidades de aprendizaje con mayor porcentaje de reprobación en la FTyM son: Matemáticas con 35% y Contabilidad presenta un 40% ambas dentro del Tronco Común; Estadística Aplicada muestra un 56%; en etapa disciplinaria Matemáticas Financieras con 43% y Geografía Turística presenta un 28%.

Se identifican dos causas vinculadas a la reprobación: percepción de un grado de dificultad alto de las unidades de aprendizaje de enfoque cuantitativo y el manejo de contenidos en línea a través del uso de *Blackboard* (tabla 42).

Tabla 42. Unidades de aprendizaje con mayor índice de reprobación por unidad académica.

Etapa	Tijuana	Mexicali
Básica	Matemáticas	Matemáticas
	Contabilidad aplicada	Contabilidad aplicada
	Estadística aplicada al turismo	
	Geografía turística nacional	
Disciplinaria	Matemáticas financieras	Matemáticas financieras
Terminal	No aplica	No aplica

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Eficiencia terminal

La eficiencia terminal del programa es baja, sin embargo, considerando el tiempo que los estudiantes destinan las actividades adicionales como los viajes de familiarización y las horas de profesionalización; las oportunidades de movilidad nacional, internacional y estancias profesionales fuera de la entidad, y por su naturaleza flexible, es de esperarse una eficiencia terminal baja, ver tabla 43.

Tabla 43. Eficiencia terminal de los estudiantes

Ciclo escolar	Tijuana	Mexicali
2014-1-2017-2	25.9%	88%
2014-2-2018-1	56.7%	40%
2015-1-2018-2	15%	27%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Eficiencia en la titulación u obtención de grado

Los resultados de eficiencia de titulación respecto al ingreso son muy bajos, como se observa en la tabla 44 y derivado de las razones anteriormente expuestas, los estudiantes en promedio están realizando un semestre adicional, afectando la eficiencia terminal por titulación.

Tabla 44. Resultados de titulación

Generaciones	Tijuana			Mexicali		
	Ingresaron	Egresaron en 4 años	%	Ingresaron	Egresaron en 4 años	%
2014-1 – 2017-2	27	1	3.7%	10	4	40%
2014-2 – 2018-1	30	2	6.7%	14	8	57%
2015-1 – 2018-2	20	0	0%	2	0	0%
Promedio total	26	1	3%	7	4	32.47%

Fuente: Elaboración propia, con base en FTyM (2019) y FCA (2019).

No se cuentan con datos estimados o reales de la eficiencia de titulación por periodo, sin embargo, en la tabla 45 se presenta la evolución de la cantidad de titulados, con la tasa de variación porcentual con tendencia positiva.

Tabla 45. Variación porcentual de titulados

Año	Número de titulados			
	Tijuana	Variación porcentual	Mexicali	Variación porcentual
2015	15	0%	3	0%
2016	20	33.3%	14	460%
2017	24	20%	7	-50%
2018	40	66%	17	41%

Fuente: Elaboración propia, con base en FTyM (2019) y FCA (2019).

Se reconoce que los resultados del indicador de eficiencia de titulación, con relación al ingreso y egreso no son los deseables. El PE no cumple con estos dos indicadores en la evaluación de calidad de CACECA, (entre un 80% y 100%).

Ambas unidades académicas han establecido procesos para incrementar la eficiencia en titulación. Se han identificado tres factores que dificultan la eficiencia en

la titulación: Uno es el factor psicosocial, vinculado a la ceremonia de titulación, donde el estudiante considera que su participación en dicha ceremonia, representa la culminación de su formación académica; dejando de lado la obtención del título. El segundo factor identificado es externo.

El título no es necesariamente requerido para ejercer la profesión. Finalmente, a pesar de que, el PE se encuentra acreditado como un programa de calidad, lo que permite a sus egresados obtener la titulación automática (sin realizar trabajo terminal en modalidad de tesis, tesina, proyecto terminal) el proceso de obtención del título puede parecer engorroso (constancias de nivel de inglés, servicio social, adeudos, venta de boletos de sorteos).

Las medidas que se han tomado para paliar estas causas vinculadas a la baja eficiencia en titulación, destacan:

- El nombramiento de un responsable del proceso de seguimiento a egresados a partir de 2018-2. anteriormente, dicha actividad se realizaba junto con el servicio social profesional y horas de profesionalización, lo que afectaba la continuidad de los procesos, acotándose únicamente al cumplimiento mínimo deseable para el seguimiento a la acreditación.
- Curso intensivo de inglés para cubrir el requisito de egreso. Uno de los requisitos que retrasaba el egreso es la constancia de acreditación del idioma inglés debido a la aplicación de examen fuera de tiempo o la poca disponibilidad de fechas para presentar el examen. Por lo que se ha implementado un curso intersemestral intensivo para el cumplimiento del criterio, facilitando al estudiante la obtención de la constancia en el mismo semestre de egreso.
- Participación en la ceremonia de egreso contando con la carta de pasante. Se ha incorporado como requisito de participación en la ceremonia de egreso el haber realizado los trámites para recibir la carta de pasante, lo que permite que el estudiante realice el proceso documental como parte de la

participación de la ceremonia de egreso, que es la que tiene el componente simbólico emocional-social de la culminación de los estudios.

Participación de estudiantes en programas de apoyo

En la FTyM recientemente se implementó un programa general de tutorías académicas, cuyo objetivo es ofrecer al estudiante apoyo por área de conocimiento, independiente del profesor a cargo de la unidad de aprendizaje. Se desarrolló el proceso, formatos y se realizaron los nombramientos, sin embargo, en esta etapa inicial se contó con una baja participación de los estudiantes.

Los estudiantes de nuevo ingreso en ambas sedes realizan un curso de nivelación previo al de inducción en materia de habilidades matemáticas de 25 horas cada uno. Esta medida busca remediar posibles rezagos y así disminuir los índices de reprobación y desempeño. A partir de la incorporación de los cursos de nivelación o remediales en el ingreso, se ha observado una disminución en el índice de reprobación de materias de tronco común (Matemáticas). El área de subdirección, formación básica y las coordinaciones de licenciatura realizan reuniones semestrales para evaluar los resultados académicos. En los últimos dos años se han realizado reuniones con profesores al inicio de semestre para realizar recomendaciones para mejora del aprovechamiento.

Programa de inclusión

En la FTYM no se cuenta con un programa de inclusión para la atención a alumnos en situaciones de vulnerabilidad. Si bien se realizan acciones aisladas en casos específicos, se reconoce como un área de oportunidad en el desarrollo de protocolos de atención y el fortalecimiento de competencias en la materia.

En la FCA existe un programa de inclusión dividido en 3 fases:

1. **Universal:** En esta fase encontraremos varias acciones dirigidas hacia todo el alumnado, se inicia con un tamizaje a todos los grupos de primer semestre con el cual se busca detectar aquellos alumnos vulnerables, una vez detectados se les da seguimiento personal a cada alumno que haya señalado que busca la atención al igual que se reciben a aquellos alumnos que los

docentes identifican, aunque ellos personalmente no lo hayan señalado en el tamizaje previo, esto con total confidencialidad. Dentro de esta fase se brinda información sobre discapacidad, trato adecuado a los grupos vulnerables, etc. en diferentes lugares (cafetería, dirección, sala de maestros, etc.).

2. **Selectiva:** Dentro de esta fase se encuentran los alumnos con alguna inquietud en particular sobre algún tema relacionado a la inclusión al igual que los docentes, por ejemplo: talleres de sensibilización para grupos en específico, capacitaciones docentes para aquellos que en su grupo encuentren algún estudiante con alguna necesidad, taller sobre lengua de señas mexicana, etc.
3. **Indicada:** En esta fase se encuentran aquellos alumnos identificados en tamizaje o bien que por voluntad propia se acercan a la unidad de atención, se les brinda asesoría uno a uno según sea la problemática en específico que presenten, se monitorea durante todo el semestre y se le brinda la orientación que busca.

Movilidad e intercambio de estudiantes

En la FTyM, respecto al programa educativo de licenciado en Gestión Turística, los estudiantes participan activamente en intercambios académicos nacionales e internacionales y movilidad nacional e internacional bajo la modalidad de estancias profesionales. Respecto a intercambios nacionales e internacionales se hace uso de los convenios celebrados a nivel rectoría; en movilidad nacional e internacional se cuenta con convenios para la realización de prácticas profesionales y estancias. Destaca el convenio de Disney International Program con sede en Orlando, Florida, USA, que permite la postulación de estudiantes de las Licenciaturas en Gestión Turística, en Mercadotecnia y Negocios Internacionales (Facultad de Contaduría y Administración) Campus Tijuana. En dicho programa los participantes realizan tres meses de prácticas en diferentes empresas que forman parte de los parques temáticos de la empresa Disney. Se cuenta con 10 plazas disponibles pero sujetas al proceso de selección de esa empresa.

En el programa educativo de Licenciado en Gestión Turística se promueve la realización de estancias y prácticas profesionales en empresas foráneas a nivel nacional e internacional (tabla 46). En promedio 14 estudiantes por semestre han realizado movilidad nacional o internacional, en los últimos cuatro años.

Los retos que han enfrentado los estudiantes del programa son:

- Gestionar la carga de actividades del programa educativo (clases, horas de profesionalización, horas de familiarización, estancias, servicio social comunitario y profesional). Los estudiantes que deciden realizar un intercambio, amplían su proceso de formación a cinco años. A estos estudiantes se les da la opción de realizar su estancia y prácticas profesionales en la entidad.
- Baja participación estudiantil al seleccionar universidades de habla inglesa. La mayoría eligen universidades de España o América Latina.
- Baja capacidad para realizar gestión administrativa. Algunos de los estudiantes no cuentan con la suficiente motivación y al conocer los requisitos y procedimientos necesarios, consideran abandonar.

Tabla 46. *Movilidad nacional e internacional*

Ciclo escolar	Movilidad nacional		Movilidad internacional	
	Tijuana	Mexicali	Tijuana	Mexicali
2014-1	11	0	5	0
2014-2	12	0	5	0
2015-1	17	1	4	0
2015-2	10	0	3	0
2016-1	14	1	3	1
2016-2	15	0	0	0
2017-1	14	0	4	0
2017-2	13	1	4	0
2018-1	17	2	0	0
2018-2	18	0	2	0

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Asimismo, las unidades académicas han recibido alumnos foráneos tanto nacionales como internacionales, tal como se indica en la tabla 47.

Tabla 47. *Movilidad nacional e internacional de alumnos foráneos*

Ciclo escolar	Movilidad nacional		Movilidad internacional	
	Tijuana	Mexicali	Tijuana	Mexicali
2014-1	2	0	1	0
2014-2	1	0	0	0
2015-1	4	1	2	0
2015-2	1	0	0	0
2016-1	2	1	0	1
2016-2	3	0	1	0
2017-1	0	0	2	0
2017-2	0	1	1	0
2018-1	4	2	0	0
2018-2	1	0	1	0

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Servicios de tutoría

En lo general el programa de tutorías brinda servicios de seguimiento al estudiante en las distintas etapas de su formación académica. En el Sistema Integral de Tutorías (SIT) cuenta con un catálogo de servicios donde se describen los siguientes: Autorización de materias, consulta regular, información de becas, seguimiento a situación académica, tutoría grupal. Adicionalmente se homologan materias para intercambio o estancias, autorización de alta o baja de materias, entre otros.

En cada Facultad se opera a través de una coordinación de tutorías, misma que lleva a cabo la asignación de tutores de manera que cada estudiante cuente con uno; cada PTC tiene asignadas horas dentro de su carga académica laborar para atender esta actividad.

Se requiere que el tutor asista por lo menos en dos ocasiones a brindar tutoría grupal, además de poder brindarla también de forma individual si es que los alumnos lo necesitan, ya sea en forma personal o por correo electrónico.

La asignación actual de tutorados por tutor excede lo recomendado por los organismos acreditadores del área. Por lo que se vuelve necesario la incorporación de más personal de carrera para cubrir con esta actividad tan loable dentro del modelo educativo de la UABC.

Servicios de orientación educativa y psicopedagógica de apoyo al estudiante

Los servicios de orientación educativa que se ofrecen en ambas sedes son limitados. Además, se realizan actividades de canalizaciones, seguimiento a estudiantes en riesgo y se coordina para actividades de promoción de las licenciaturas.

Prácticas profesionales, estancias y visitas en los diversos sectores

Los estudiantes del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística en el último semestre realizan prácticas profesionales (15 créditos) y estancias profesionales en modalidad de Proyecto Vinculado con Valor en Créditos (PVCC), dos créditos optativos y también cursan dos materias obligatorias (8 créditos). El estudiante trabaja de tiempo parcial un total de 400 horas, que en promedio equivale a cuatro meses de inserción laboral en la empresa.

El estudiante cuenta con un profesor y un asesor empresarial que guían la elaboración de una propuesta de mejora. Se promueve que los estudiantes realicen dicha actividad en empresas con presencia nacional fuera de Baja California. Se cuenta con convenios con Grupo Xcaret, Volaris, Secretarías de Turismo de distintas entidades y en cadenas hoteleras como RIU, Marriot, Lucerna, Real Inn, Hilton, Meliá, Barceló.

El estudiante realiza prácticas profesionales; al término debe de entregar una propuesta de mejora, identificada a partir de la experiencia de inmersión total que ha vivido. Este trabajo escrito deberá ser innovador y pertinente, buscando que contribuya al desempeño de la empresa.

Se reconoce que la realización de estancias y prácticas profesionales es un elemento destacable que permite la inserción real del estudiante en el área laboral; sin embargo, sería deseable que se contara con dos estancias, una nacional (en quinto o sexto semestre) y una regional (en octavo), donde se apliquen estrategias de innovación y se aporte al desarrollo regional.

El programa educativo está vinculado a las empresas del sector turístico desde tercer semestre, involucrando la realización de horas de profesionalización (600) en empresas del sector.

Adicionalmente los estudiantes realizan prácticas de campo en la región entre tercero y sexto semestre donde reconocen los componentes del sistema turístico, se familiarizan con el entorno, identifican problemáticas derivadas o vinculadas con el entorno, contribuyendo al conocimiento de la región e identificando áreas de mejora. También, como parte del programa de estudios, diseñan, gestionan y realizan un viaje de familiarización por centro y sur del país

Servicio social

Las actividades que realizan los estudiantes como parte del servicio social en ambas unidades académicas se considera que son pertinentes. Las unidades receptoras son diversas, ofreciendo alternativas para contribuir a la sociedad y desarrollar práctica desde su campo de conocimiento. Ejemplo de unidades receptoras de servicio social comunitario: Proyecto Fronterizo de Educación Ambiental, Cruz Roja, Club Rotario, Club de Leones, Hospital Infantil de las Californias, diversos albergues. Las actividades que realiza son compensaciones en especie, donativos en efectivo, venta de boletos o trabajo comunitario.

Respecto al Servicio Social Profesional se considera que también son pertinentes. Realizan actividades de gestión, administración, organización de eventos, entre otras. Varias unidades receptoras son internas (de las facultades o de la institución) que favorecen la realización de dichas actividades durante el semestre, sin generar costos adicionales al estudiante por traslados. Dentro de las unidades receptoras externas destacan SECTURE, COTUCO.

Destaca como proyecto de servicio social comunitario y profesional Cimarrones por un Turismo Inclusivo que, en la primera etapa permite al estudiante brindar apoyo a personas con discapacidad, favoreciendo la comprensión de atención y servicio a este segmento de la población vulnerable. En el profesional, los estudiantes se

capacitan para brindar asesoría a personal de contacto en restaurantes y hoteles en la atención a personas con discapacidad.

En la tabla 48 se identifican los beneficios de acuerdo al tipo de unidad receptora y el mecanismo de participación de los estudiantes.

Tabla 48. Servicio social

Tipo de servicio	Beneficio para la Unidad Receptora	Beneficio para el estudiante	Valores que fomenta:
Servicio Social Comunitario (masivo/donativos)	Cuenta con recursos económicos o materiales para cubrir necesidades sociales.	Sensibilización y empatía. Contribución a la solución de una necesidad social.	Confianza. Democracia. Honestidad.
Servicio Social Comunitario (trabajo comunitario)	Cuenta con capital humano para realizar las necesidades sociales	Concienciación sobre problemáticas sociales. Formación en valores. Comprensión del entorno.	Humildad. Justicia. Lealtad. Libertad. Perseverancia.
Servicio Social Profesional (UABC UR)	Realización de actividades de soporte.	Práctica de actividades vinculadas a la profesión.	Respeto. Responsabilidad. Solidaridad.
Servicio Social Profesional (UR externa)	Recurso humano especializado para realizar actividades operativas y administrativas	Práctica de actividades vinculadas a la profesión. Inserción en organizaciones del sector.	

Fuente: UABC, 2016.

Resultados de los estudiantes

Resultados en exámenes de egreso externos a la institución

Los estudiantes del programa educativo tienen un bajo nivel de participación en concursos académicos. Recientemente dos equipos, de cuatro personas cada uno, participaron en el Maratón de Conocimientos Regional organizado por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), en el área de conocimiento de administración. Se considera que este concurso es medianamente pertinente al programa educativo. Cabe mencionar que la última participación se obtuvo un octavo y onceavo lugar de los doce equipos participantes. Se reconoce como área de oportunidad la búsqueda de concursos académicos pertinentes al programa educativo para fomentar la participación de los estudiantes.

Resultados EGEL-CENEVAL

Análisis de las evaluaciones del Examen General de Egreso de la Licenciatura (EGEL) que realiza CENEVAL para el perfil de la Licenciatura en Gestión Turística.

Para el programa educativo de Licenciado en Gestión Turística, el examen CENEVAL evalúa las dimensiones de Desarrollo de Productos y servicios Turísticos, Gestión de organizaciones turísticas y Comercialización de productos y servicios turísticos. Para ello, considera tres posibles resultados que determinan los niveles de desempeño por área, ver tabla 49.

Tabla 49. Criterios para evaluar el desempeño de los alumnos en el examen CENEVAL

Criterios de desempeño	Puntaje
Aún No Satisfactorio (ANS)	700-999
Satisfactorio (DS)	1000-1149
Sobresaliente (DSS)	1150-1300

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Se analizaron los resultados obtenidos por los alumnos del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística en el examen general de egreso en los periodos de 2013 al 2018. Se contó con un promedio de participación anual de cuarenta estudiantes.

La tabla 50 reporta los resultados que las generaciones han obtenido a través de los años. En éste caso, puede observarse que en algunos casos menos de la mitad aprueba el examen.

Tabla 50. Resultados del EGEL de alumnos del programa educativo Licenciado en Gestión Turística de la FTyM

Año	Alumnos por periodo	Aún No Satisfactorio (ANS)700-999	Satisfactorio (DS) 1000-1149	Sobresaliente (DSS)1150-1300	Sin Testimonio	Con Testimonio
2015	47	24	23	0	22	19
2016	32	9	19	4	9	23
2017	34	18	14	2	17	17
2018	45	17	26	2	19	26

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En las tres dimensiones (Desarrollo de productos y servicios turísticos, Gestión de organizaciones turísticas y Comercialización de productos y servicios turísticos), en lo general, el 52.11% de los participantes ha obtenido un Desempeño Satisfactorio (DS), el 41.89% un desempeño Aún No Satisfactorio (ANS) y un 3.49% un Desempeño Sobresaliente (DSS).

Para identificar las áreas de oportunidad en el programa educativo, se analizaron las dimensiones evaluadas por CENEVAL que integran la evaluación con el resultado Aún No Satisfactorio por área. Sumando los casos se encuentra mayor área de oportunidad en las dimensiones Comercialización de Productos Turísticos y Desarrollo de Productos Turísticos.

Se identifica necesario para el rediseño fortalecer el diseño, desarrollo y comercialización de productos y servicios turísticos.

Resultados de EGEL-CENEVAL Mexicali

La FCA finalizó el periodo de 2013 a 2018, con una participación de 21 alumnos y una aprobación global de 45%. Los niveles de aprobación por dimensiones, un 49% de los participantes reprobaron la dimensión de Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos, un 52% declinaron la dimensión de Gestión de Organizaciones Turísticas y un 63% no aprobaron la dimensión de Comercialización de productos y servicios turísticos.

Por el contrario, se obtuvieron resultados satisfactorios y sobresalientes el área de Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos (45% satisfactorio y un 6% sobresaliente), el área de Gestión de Organizaciones Turísticas (45% satisfactorio y 3% sobresaliente), mientras que el resultado menos favorecido es el de Comercialización de productos y servicios turísticos con un bajo índice de aprobación, sin embargo, en las últimas generaciones se ha visto un repunte, tabla 51.

Tabla 51. Resultados del EGEL de alumnos del programa educativo Licenciado en Gestión Turística de la FCA

Año	Alumnos por periodo	Aún No Satisfactorio (ANS)700-999	Satisfactorio (DS) 1000-1149	Sobresaliente (DSS)1150-1300	Sin Testimonio	Con Testimonio
2015	16	8	8	0	8	8
2016	17	12	5	0	12	5
2017	17	10	7	0	10	7
2018	19	5	12	2	5	14

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Implicaciones de los resultados

Las áreas de oportunidad que se identifican considerando las tres dimensiones de evaluación de CENEVAL:

- **Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos:** Es necesario incorporar unidades de aprendizaje que permitan fortalecer conocimientos para la búsqueda de información confiable para el desarrollo de productos y servicios turísticos (describir, clasificar, distinguir y tipificar elementos del sistema turístico) y las condiciones generales del producto o servicios bajo criterios sostenibles (naturales, culturales y económicos), así como identificar oportunidades de desarrollo turístico en sus diversas modalidades para el aprovechamiento y preservación del patrimonio natural y cultural, el impacto en la comunidad receptora y emisora, caracterización del espacio turístico para determinar viabilidades basadas en un plan de desarrollo con estudios de pertinencia y un marco regulatorio.
- **Gestión de organizaciones turísticas:** diseñar unidades de aprendizaje que fortalezcan competencias para administrar un negocio turístico, diseñar

estrategias, resolver por medio de la gestión, problemáticas que involucren la toma de decisiones, la estructura organizacional, programas de seguimiento, implementación de políticas, programas y reglamentos en áreas de recursos humanos, control y asignación presupuestal, procesos operativos y de mejora continua.

- **Comercialización de productos y servicios turísticos:** crear y desarrollar unidades de aprendizaje para formación profesional con bases teóricas y metodológicas aplicadas a la identificación de segmentos de los mercados nacionales e internacionales (características, preferencias y tendencias) de productos o servicios turísticos. Asimismo, se les requieren donde el estudiante desarrolle conocimientos, habilidades y actitudes para la identificación de ventajas competitivas en las organizaciones del sector turístico. Para fortalecer el área se requiere incorporar las asignaturas de mercadotecnia, promoción, publicidad con el fin de fortalecer en mapa curricular en la etapa básica y disciplinaria. En la etapa terminal se debe considerar la incorporación UA enfocadas en canales de distribución y comercialización tradicionales y emergentes, que logren el posicionamiento del producto o servicio en el mercado, además de analizar oportunidades de negocio con base a maximizar resultados financieros tomando en cuenta las variables de sostenibilidad.

3.4 Conclusión

Se considera que no es adecuada la promoción realizada en las diversas estrategias de comunicación, ya que se requiere la incorporación de materiales innovadores y atractivos que expliquen con detalle las características y requisitos de los alumnos potenciales a ingresar.

Los resultados del estudio empírico, el análisis y reflexiones colegiadas indican que los mecanismos empleados en la operación del programa educativo de Licenciado en Gestión Turística son pertinentes más ya no suficientes para garantizar el perfil de egreso.

En la trayectoria escolar se reconocen limitaciones en el manejo de otros idiomas, deficiencias en la integración y comercialización de producto turístico; una visión holística de la actividad vinculada a su entorno; análisis crítico, empatía, entre otros elementos deseables que son acordes al estado actual del turismo.

Con respecto a los servicios de orientación educativa que ofrecen en ambas unidades académicas son limitados. Se cuenta con un número muy limitado de orientadores en el área psicopedagógica. Se realiza el seguimiento a estudiantes en riesgo, he hace evidente la necesidad de fortalecer esta área.

Las acciones de movilidad han apoyado la realización de prácticas profesionales en empresas y organismos del sector turístico en diversos destinos turísticos de México, mismos que son enmarcados en Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos. Sin embargo, no todos los alumnos tienen acceso a participar en los programas de movilidad estudiantil debido a la falta de recursos económicos, que, aunque la UABC cuenta con programas de apoyo, estos no son suficientes.

Se detectan áreas de oportunidad en la eficiencia terminal y de titulación, ya que el esquema de prácticas vigente retrasa el egreso de los estudiantes, quienes deciden optar por unidades receptoras foráneas, lo que implica una inversión en su formación, adicionalmente el esquema de control de procesos necesita reforzarse con el propósito de garantizar estrategias efectivas que incrementen estos indicadores.

Con respecto al programa de inclusión, si bien existe la sensibilidad debido a los programas que se manejan en ambas unidades académicas, la accesibilidad es aún limitada y no se cuenta con el equipo necesario para la atención de personas con capacidades diferentes.

Los resultados del EGEL del CENEVAL han tenido altibajos, habiendo logrado posicionarse Gestión Turística en el Padrón de Alto Rendimiento en 2016 y 2017, sin embargo, los resultados no han sido consistentes.

4. Evaluación del personal académico, infraestructura y servicios

4.1 Objetivo

Evaluar la suficiencia del personal académico, la infraestructura física y académica y los servicios de apoyo para la operación del programa educativo de la Licenciatura en Gestión Turística.

4.2 Método

Se realizó una investigación documental para la evaluación de la suficiencia operativa del personal académico, la estructura física y académica, así como los servicios de apoyo para la operación, en donde se analizaron reportes de mantenimientos, planta académica, comportamiento asistencial, movimientos de personal y recomendaciones de CACECA, mismos que se solicitaron a las áreas correspondientes. Para la revisión de la información se recurrió a la técnica de análisis de contenido bajo las categorías de análisis de: personal académico, infraestructura académica y servicios de apoyo. Con la finalidad de identificar las áreas de oportunidad que permitan optimizar la operación del programa.

4.3 Resultados

4.3.1 Personal académico

Composición actual del cuerpo docente

Planta académica de la FTyM Tijuana

En la FTyM, de un total de profesores 39 que integran la planta docente del PE, nueve son de tiempo completo y 30 de contratación PA, esto representa un 20.96% y un 79.04% respectivamente. Del total de profesores (PTC y PA) el grueso de la planta docente cuenta con estudios de maestría 48%, 33% con licenciatura y 17% con doctorado. Las áreas de formación coinciden en turismo, administración y mercadotecnia. De los PTC, el 88% cuenta con doctorado y el resto con nivel maestría. Dos pertenecen al SNI y el total cuenta con perfil PRODEP. Es importante considerar también que nueve de los 17 PTC se encuentran adscritos de manera

oficial al PE (tabla 51).

Tabla 52. Número de profesores en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia y Facultad de Ciencias Administrativas que atiende el programa educativo

Grado Académico	FTyM	FCA
Doctorado	7	5
Maestría	19	10
Licenciatura	13	15
Total	39	30

Fuente: Elaboración propia, con base en FTyM, 2019.

Tabla 53. Perfil de la planta docente de tiempo completo de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia

No	Nombre	Licenciatura y posgrado que ha cursado	Institución de egreso (según último grado de estudios)
15610	Jorge Carlos Morgan Medina	Lic. Turismo Maestría en Gestión Pública del Turismo. Doctorado en Planificación Territorial y Desarrollo Regional.	Universidad de Barcelona
12222	Ricardo Verján Quiñones	Lic. Turismo Maestría en Mercadotecnia	Universidad Autónoma de Aguascalientes
24910	Marisa Reyes Orta	Lic. Relaciones Económicas Internacionales. Maestría en Economía Doctorado en Medio Ambiente y Desarrollo	Universidad Autónoma de Baja California
20384	Martha O. Lobo Rodríguez	Lic. Turismo Maestría en Mercadotecnia Doctorado en Ciencias Económicas	Universidad Autónoma de Baja California
25366	Isis Arlene Diaz Carrión	Lic. en Administración de Empresas. Maestría en Gestión Pública del Turismo. Doctorado en Geografía y Desarrollo: territorio, sociedad y turismo.	Universidad Complutense de Madrid
25367	Ma. Cruz Lozano Ramírez	Lic. Administración de Empresas. Maestría y Doctorado en Administración.	Universidad Autónoma de Aguascalientes
20020	Omaira C. Martínez Moreno	Lic. Administración de Empresas. Maestría en Administración Internacional Doctorado en Ciencias Administrativas.	Universidad Autónoma de Baja California
15789	Omar L. Valladares Icedo.	Lic. en Actuaría. Maestría en Administración	CETYS Universidad
29142	Isabel Morteo Stolle	Lic. en Mercadotecnia. Maestría y Doctorado en Administración	Tecnológico de Monterrey

Fuente: Elaboración propia, con base en FTyM, 2019.

En la operación del PE en la FTyM se considera que el cuerpo docente es suficiente y relativamente adecuado. Se toma como referencia el total de profesores (39) y la cantidad de estudiantes a partir de la etapa disciplinaria (260 en 2019-1) se observa una relación de 6.6 estudiantes por profesor, que se considera una adecuada proporción. A pesar de que se cuenta con profesores desempeñándose en puestos de mandos medios y gerenciales del sector turístico y profesores que realizan investigación aplicada en el turismo, se observa la necesidad de generar programas

de capacitación y actualización en el uso de las TIC aplicadas al turismo, metodologías de análisis, manejo de otros idiomas, entre otros aspectos.

Planta académica de la FCA Mexicali

La planta académica de la FCA del PE, está conformada por 30 profesores, de los cuales cinco (16.7%) son Profesores de Tiempo Completo (PTC) y 25 (83.3%) son Profesores de Asignatura. De los cuales 50% cuentan con el grado de licenciatura, 33.3% con maestría y 16.7% con doctorado. De los PTC el 40% (2) cuenta con reconocimiento SNI y el 80 % (4) cuentan con perfil deseable, el profesor que no cuenta, se encuentra en proceso. El número y grado académico de los profesores, se muestra en las tablas 54, 55 y 56.

Tabla 54. Perfil de la planta docente de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Administrativas

No. Empleado	Nombre	Licenciatura y posgrado que ha cursado	Institución de egreso (según último grado de estudios)
17153	González Espinoza Mayda	Lic. en Turismo Maestría en Administración Doctorado en Ciencias Administrativas	UABC UABC IEU, A.C.
21829	Luque Elda Areli	Lic. en Turismo Maestría en Administración	UABC
21627	Córdova Ruiz Zulema	Lic. en Administración de Empresas Maestría en Administración Doctorado en Ciencias Económicas Administrativas	UABC UABC UCIM
20251	Luis Ramón Moreno Moreno	Lic. en Economía Maestría en Economía Aplicada Doctorado en Ciencias Económicas	UNISON Colegio de la Frontera Norte UABC
29437	Eric Israel Ríos Nequis	Lic. en Mercadotecnia Maestría en Administración Maestría en Dirección de Empresas Doctorado en Economía	UNITEC UDLA UNITEC UNAM

Fuente: Elaboración propia, con base en FCA, 2019.

Se considera que en la FCA se requiere la reorganización de funciones del personal de carrera que está asignado al programa de licenciado en Gestión Turística, ya que los 5 PTC comparten sus actividades con diversos programas, requiriendo una mayor atención académica de los mismos en apoyo a este programa.

Desarrollo disciplinario y habilitación académica

Las oportunidades que ofrecen ambos campus a sus docentes para el desarrollo disciplinario son: la Maestría en Administración y Doctorado en Administración, así como el Doctorado en Turismo (de reciente creación en la FTyM), amén de congresos y cursos disciplinarios que se organizan con regularidad.

Considerando una planta docente de 39 profesores la participación en el Programa Flexible de Formación y Desarrollo Docente (PFFDD) es baja, con un porcentaje de 25.64%, 46.15% y 38.46% entre 2015 y 2017, no logrando cubrir al menos el 50% de participación del profesorado del PE en la FTM.

El resultado de la capacitación del Programa Educativo de Licenciado en Gestión Turística. en la FCA de 2017 a 2019-1 fue de 100% de los docentes fueron capacitados en el modelo educativo de la UABC, 80% en pedagógica-didáctica, 69% en TIC y 81% en disciplinaria. De acuerdo a lo anterior los docentes muestran su compromiso por capacitarse continuamente, participando primordialmente en el PFFDD, acuden a cursos que imparte la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California u otros organismos turísticos, sin embargo, se necesita fortalecer el aprendizaje de los docentes en el uso de la TIC para fines didácticos y aplicadas a algunas UA del área turística y el aprendizaje del idioma inglés para ampliar la oferta de materias en ese idioma, ver tabla 54.

Tabla 55. Cursos acreditados por docentes de las dos unidades académicas

U.A.	2015		2016		2017		2018	
	Pedagógicos (PFFDD)	Disciplinarios	Pedagógicos (PFFDD)	Disciplinarios	Pedagógicos (PFFDD)	Disciplinarios	Pedagógicos (PFFDD)	Disciplinarios
TIJ	16	29	15	14	14	4	14	14
MXL	40	1	2	4	14	8	34	28

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Producción académica para el programa

Del 2014 al 2018, en la FTyM se han publicado distintos productos académicos, derivados del trabajo colegiado de los cuerpos académicos, ver tabla 55.

Tabla 56. Producción académica

Facultad	Artículos arbitrados	Libros	Capítulos de libros	Memorias en Congresos
Tijuana (FTyM)	27	2	26	14
Mexicali (FCA)	17	3	18	14

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Se identifica un área de oportunidad el aprovechamiento de materiales de apoyo formales para el mejoramiento del aprendizaje o a la difusión del conocimiento.

Formas de organización para el trabajo académico

En la FTyM se identifican al menos tres estructuras de trabajo colegiado. Los cuerpos académicos (CA), las academias y los comités, en específico, el de prácticas de campo y viajes de familiarización. Se cuenta con cinco CA; dos consolidados, uno en consolidación y dos en formación. Se han integrado siete academias por área de conocimiento: matemáticas, finanzas, gestión turística, administración, ciencias humanas, emprendedores, mercadotecnia y desarrollo sustentable; sin embargo, estas no han desarrollado trabajo sustancial.

Tabla 57. *Cuerpos Académicos de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia*

Nombre del Cuerpo Académico	Líder	Nivel de consolidación
Las Organizaciones y su Entorno	Gabriel Ruiz Andrade	Consolidado
Gestión del Turismo y la mercadotecnia	Jorge Carlos Morgan M.	Consolidado
Desarrollo Turístico y Vinculación Universitaria	Martha Lobo Rodríguez	En Consolidación
Responsabilidad Social de las Organizaciones	Omar Valladares Icedo	En formación
Estudios Multidisciplinarios en las Ciencias Sociales y Administrativas	Ma. Cruz Lozano R.	En formación

Fuente: Elaboración propia, con base en FTyM, 2019.

En FCA los CA se encuentran en nivel de “en formación” y las líneas están centradas en la administración de empresas (ver tabla 38 y 39), asimismo se cuenta con áreas de apoyo académico.

Tabla 58. *Cuerpos Académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas*

Nombre del Cuerpo Académico	Líder	Nivel de consolidación
Ciencias Económico Administrativas	Ibarra Cisneros Manuel Alejandro	En formación
Gestión Financiera y Administrativa De Las Organizaciones	Bravo Zanoguera Loreto María	En formación
Gestión Estratégica Económico-Administrativa Para La Competitividad Empresarial E Institucional	Rosiles López Leonel	En formación
Administración E Innovación Estratégica En Tecnologías De La Información	Figueroa Villanueva Adelaida	En formación

Investigación en La Adopción De Las TIC'S y La Competitividad De Las MiPyMes	Saldívar González Sandra Julieta	En formación
--	-------------------------------------	--------------

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la FTYM se reconoce que, si bien se han desarrollado líneas de investigación cercanas al turismo y mercadotecnia aplicada al sector, no se ha logrado permear la práctica investigativa al programa educativo, en el caso de FCA el enfoque es más hacia la administración y la gestión gerencial necesitando generar investigación en turismo.

La planta docente del programa educativo Licenciado en Gestión Turística de la FCA actualmente se compone por 30 docentes, 5 de tiempo completo y 25 de asignatura, sin embargo, el número puede variar debido al número de UA que imparta un mismo docente y a las actividades que un docente de tiempo completo pueda tener en un semestre determinado.

El perfil de los docentes de tiempo completo que imparte el programa educativo está conformado con un 40% por Licenciados en Gestión Turística, seguido con un 20% en cada una de las disciplinas de la administración, economía y mercadotecnia considerándose adecuado de acuerdo a las UA que se imparten y al perfil de egreso.

Asimismo, el perfil de los docentes de asignatura que imparten las materias sello del PE cuenta dentro de su estudio alguno de las variantes del programa educativo Licenciado en Gestión Turística, además de que laboran en el sector productivo relacionado al turismo.

La FCA continuamente mantiene actualizada la detección de necesidades de capacitación docente (DNC) a través de encuestas que realiza a los docentes, de esa manera solicita el apoyo de la Facultad de Pedagogía e Innovación Educativa para que incorpore determinados cursos en el Programa Institucional Flexible de Formación y Desarrollo Docente (PFFDD) que se oferta principalmente el período intersemestral, adicionalmente se promueven otros cursos específicos a las necesidades del programa educativo.

4.3.2 Infraestructura académica

Aulas y espacios para la docencia y su equipamiento

La FTyM cuenta con tres edificios de los cuales, uno está destinado para la impartición de clases del PE, con cinco aulas, equipadas con mesas, sillas, computadora, cañón, pizarrón inteligente y acceso a internet. Se tiene un taller de alimentos y bebidas; dos auditorios con capacidad para 156 y 56 personas; dos salas de usos múltiples y dos laboratorios de cómputo. Existe un área destinada para profesores.

En la FCA, se tienen asignadas seis aulas debidamente equipadas con cañón, acceso a conexión a internet, aire acondicionado y ventiladores adicional al equipo regular de un aula para la realización de las actividades académicas relacionada a talleres se dispone de áreas específicas como Laboratorios de Cómputo, Taller de Gastronomía, salas de uso múltiple como aula magna, audiovisual y salas con una capacidad entre 50 y 800 personas aproximadamente, dependiendo del montaje, también se utiliza la explanada para eventos.

Los profesores de tiempo completo cuentan con cubículos equipados con equipo de cómputo, los profesores de asignatura cuentan con una sala de maestros con equipo de cómputo y se dispone de un centro de copiado que se encuentra a disposición de la comunidad académica (Ver tabla 59).

Tabla 59. *Infraestructura académica de las Facultades de Turismo y Mercadotecnia y Ciencias Administrativas*

Descripción	Cantidad		Equipo con el que se cuenta	Capacidad	
	Tijuana	Mexicali		Tijuana	Mexicali
Aulas	15 5	64	Mesabancos, proyector, pantalla inteligente, 2 pintarrones e internet	25 a 45 15 a 30	Min 28; Max 55
Laboratorios de cómputo	1	5	Mesas, sillas, pintarrón, computadoras e internet	52	30
Laboratorio para tareas	1	1	Mesas, sillas, pintarrón, computadoras e internet	40	130
Sala Audiovisual	1	1	Butacas, computadoras, cañón, bocinas, pizarrón e internet.	56	180
Aula magna	1	1	Butacas,	156	500

Descripción	Cantidad		Equipo con el que se cuenta	Capacidad	
	Tijuana	Mexicali		Tijuana	Mexicali
			computadoras, cañón, bocinas, pizarrón e internet		
Sala de usos múltiples	2	1	Sillas, mesas, proyector, video, pantallas, equipo para videoconferencias e internet	45	50
Sala de juntas	1	1	Mesa ejecutiva, sillas, computadora, pantalla, refrigerador, cafetera, internet.	12	20
Cubículos de docentes	18	11	Escritorio, sillas, librerías, computadora, internet	1 a 3	1 a 4
Sala de maestros	1	1	Mesas de trabajo, sillas, sillones, computadoras, impresora, microondas, refrigerador, portagarrafón e internet.	5 a 9	35
Biblioteca	1	1	Mesa, sillas, acervo interno.	5 a 10	100
Jefatura de laboratorio	1	5	Computadora, mobiliario e internet.	2	1
Oficina de coordinación	1	1	Computadora, mobiliario e internet.	3 a 5	1
Almacén de limpieza	1	1	Material de limpieza	1	1
Área de copiado	1	1	Copiadora, botiquín e internet.	1	1
Taller de alimentos y bebidas	1	1	Estufa industrial, refrigeradores, 4 mesas de trabajo, tarja, anaqueles, barra móvil.	15 a 25 (Taller de alimentos y bebidas)	20 (Taller de gastronomía)

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Laboratorios y talleres específicos para la realización de prácticas y su equipamiento

En la tabla 60 se muestran los laboratorios y talleres específicos para la realización de prácticas y su equipamiento.

Tabla 60. *Laboratorios y talleres para prácticas y su equipamiento*

Descripción	Capacidad	Equipo	Cantidad	
			FTYM	FCA
Laboratorios de cómputo	30-50	Mesas, sillas, pintarrón, computadoras e internet	1	5
Laboratorio para tareas	30-40	Mesas, sillas, pintarrón, computadoras e internet	1	1
Talleres de Alimentos y bebidas	15-25	Estufa industrial, refrigeradores, 4 mesas de trabajo, tarja, anaqueles, barra móvil.	1	0

Descripción	Capacidad	Equipo	Cantidad	
			FTYM	FCA
Taller de gastronomía	15-20	Estufa industrial, doméstica, tres refrigeradores, mesa de trabajo, tarja, anaqueles.	0	1

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la FTyM y FCA se requiere infraestructura especializada de acuerdo a la naturaleza del PE, es imperativo que se fortalezca la formación de los estudiantes para que al egresar cuenten con las competencias que el sector requiere con lo siguiente:

- Mejorar el equipamiento del Taller de Alimentos y Bebidas.
- Equipo para prácticas de eventos y banquetes.
- Contar con un taller de hospedaje
- Adquirir software especializado para hospedaje, alimentos y bebidas, viajes y simuladores de negocios e inglés técnico en todos los equipos de laboratorio, los salones y capacitar para su uso a los profesores que imparten los cursos.

Biblioteca

Respecto al acervo bibliotecario los estudiantes del PE de la FTyM hacen uso de la biblioteca del Campus. Cuenta con diversos recursos para obtener información especializada como banco de datos, hemeroteca, revistas, colecciones entre otros servicios. En el Primer Piso concentra 10 computadoras de consulta, en el segundo piso se encuentran colecciones especializadas de publicaciones periódicas y en el tercer piso existe un centro de capacitación para recursos electrónicos informativos con 37 computadoras. El sistema integra un total de 8287 títulos con más de 130,000 licencia de acceso; forma parte de consorcio CONRICyT suscribiendo anualmente a un total de 29 bases de datos, 2,207 journals y revistas electrónicas.

Por su parte la FCA cuenta con una biblioteca específica para las áreas del conocimiento de esta institución, la cual se ubica dentro de sus instalaciones y por

ende los estudiantes del PE tienen acceso a ella y a la Biblioteca Central a través de su credencial vigente como estudiantes de la UABC. Una herramienta adicional de consulta a la bibliografía lo es la biblioteca virtual con la que cuenta la UABC donde los jóvenes estudiantes acceden a través de internet y lo pueden hacer desde la comodidad de sus hogares.

Respecto al acervo bibliotecario se reconoce que, el acceso a bases de datos de revistas especializadas y metabuscadores, permite contar con información pertinente y actual; sin embargo, son pocos los estudiantes y profesores que utilizan estos recursos.

Espacios destinados para los profesores

En ambas sedes en relación al mobiliario es suficiente y adecuado a las funciones del personal académico, cada cubículo se encuentra equipado con computadora, mobiliario de oficina e impresión en red. Los docentes de tiempo parcial cuentan con una sala equipada con computadoras de escritorio, impresora en red y mobiliario de oficina.

Espacios para encuentros académicos y/o culturales

Las instalaciones de ambos campus permiten al estudiante del PE la realización de actividades complementarias. El Campus Tijuana cuenta con el Teatro Universitario Rubén Vizcaíno Valencia que tiene capacidad aproximadamente para 400 personas y en el cual se llevan a cabo eventos culturales y académicos locales, regionales, nacionales e internacionales. Adicionalmente se cuenta con un centro comunitario en cuyo interior se tiene una galería de arte.

En el campus Mexicali las instalaciones de uso común, entre las que se encuentran: Biblioteca central, Teatro universitario, de igual manera en la escuela de artes se encuentra un centro artístico donde se imparten diferentes cursos semestrales como danzas diversas, música, vocalización, entre otro tipo de actividades.

4.3.4 Seguridad de personas y bienes

Respecto a la seguridad, ésta es subcontratada y presta servicios de guardias en turno matutino, intermedio y vespertino. Es supervisada tanto por la Rectoría de la UABC como por la compañía contratada. Las instalaciones de ambos campus son abiertas y no exigen presentar identificación para el acceso, por lo que resulta hasta cierto punto vulnerable.

Las Facultades disponen de su propio comité interno de protección civil quien elabora el plan de contingencia específico para cada unidad académica. En la Facultad de Turismo y Mercadotecnia y Facultad de Ciencias Administrativas toman como eje principal el Plan de Contingencia General de la UABC y mantiene un programa de seguridad e higiene adecuado a sus instalaciones.

De manera individual, en ambas sedes, los estudiantes cuentan con seguro facultativo, en caso de no tener seguridad social familiar o laboral. También existe también la póliza de gastos médicos que cubre los accidentes que sufre el estudiante por la acción súbita, fortuita y violenta de una fuerza externa mientras:

- a) realice actividades escolares dentro y fuera de las instalaciones de la UABC,
- b) asista a cualquier evento organizado y supervisado por las autoridades de la UABC,
- c) viaje en grupo directamente hacia o desde el lugar donde se realicen estos eventos, dentro de la República Mexicana y se encuentre bajo la supervisión de la UABC,
- d) se dirija de su domicilio a la UABC por salidas de campo, viajes de familiarización, servicio social, estancias, prácticas profesionales o Viceversa, lo anterior independientemente que se le finque o no responsabilidad al alumno.

Cada unidad académica tiene un responsable de los programas de seguridad y protección civil de la Facultad acordes a los lineamientos de la UABC. Además, es

la persona responsable de realizar junto a la comunidad estudiantil y el cuerpo de Protección Civil del Estado los simulacros que se hacen anualmente.

4.3.5 Seguridad de personas discapacitadas

En la FTM, se tienen señaladas las rampas de acceso a los tres edificios que integran esta unidad académica, sin embargo, no se cuenta con elevadores.

En la FCA se considera que se tienen buenas condiciones de seguridad, se cuenta con rampas con barandales, dos elevadores, actualmente se trabaja en la implementación de la Norma Oficial Mexicana Condiciones de seguridad para el acceso y desarrollo de actividades de trabajadores con discapacidad en los centros de trabajo NOM-034-STPS-2016 y la Norma de Accesibilidad del 2012 las cuales fungen como reguladoras de toda la infraestructura a nivel federal.

En 2018 la FCA obtuvo el Distintivo “Empresa Incluyente”, debido a ello, la facultad se encuentra en cambios en su infraestructura, mejorando las instalaciones para que cualquier persona con discapacidad, logre su estadía de una manera segura, dentro de los planes están la ubicación de letreros en braille y la mejora del suelo de las áreas públicas (cambios de adoquín) para un desplazamiento seguro, entre otros.

4.3.6 Áreas de deporte, recreación y convivencia

Para desarrollar actividades relacionadas al ámbito deportivo el campus Tijuana posee un gimnasio universitario y canchas que favorecen la práctica de varias disciplinas deportivas entre las cuales destacan el futbol, béisbol, baloncesto, judo, karate do, voleibol, tenis de mesa acondicionamiento físico, porras y grupos de actividad física que son de uso común para todos los programas educativos.

Con respecto al Campus Mexicali se cuenta con campos deportivos de la unidad central que incluye canchas de distintos deportes como son: basquetbol, futbol, tenis, voleibol cancha y playero, futbol rápido, circuito de caminata que cuenta con aparatos de usos múltiples para diferentes ejercicios, cuenta con gimnasio de pesas y auditorio (gimnasio universitario), existe también una alberca olímpica donde se imparten clases de natación, gimnasio artístico. de igual manera en la escuela de artes se encuentra un centro artístico donde se imparten diferentes cursos

semestrales como danzas diversas, música, vocalización, entre otro tipo de actividades.

4.3.7 Conectividad

Respecto a la conectividad, en la FTyM se cuenta con red inalámbrica Cimarred, accesos IP en los cubículos de profesores y áreas administrativas. Se reconoce que la capacidad es insuficiente para cubrir la demanda de servicio.

La FCA cuenta con enlace de datos dedicado simétrico de 200 Mbps que permite ampliar su capacidad a 400 Mbps. Se cuenta además con enlace de microondas a vicerrectoría de 300 Mbps. En cuanto a la conectividad interna se operan 14 dispositivos de interconexión –switch- de 48 puertos cada uno brindando acceso a servicios de internet y telefonía a 672 equipos. La conexión entre edificios se realiza a través de fibra óptica con velocidad de 1 Gbps contando además con cableado categoría 6 con soporte hasta 1 Gbps. Aunado a lo anterior se tiene acceso inalámbrico por medio de red “Cimarred”.

4.3.8 Servicios de apoyo

Administración escolar

La UABC cuenta con servicios de apoyo que atienden aspectos del proceso de formación en instalaciones de las unidades académicas y en las respectivas vicerrectorías, que se encuentran a una distancia adecuada para que el estudiante realice los trámites.

En ambas sedes, se cuenta con vicerrectorías que permiten atender las actividades propias de cada facultad como lo son servicios estudiantiles y de gestión escolar, movilidad estudiantil y académica, planeación, recursos humanos, finanzas, además de las coordinaciones de Formación Básica, Profesional y Vinculación Universitaria y Posgrado e Investigación.

Cada unidad académica cuenta con una estructura organizacional para atender las necesidades administrativas de los alumnos y profesores, la encabeza la dirección,

seguido de la subdirección, la administración, personal de apoyo administrativo, coordinadores de formación básica, profesional y vinculación universitaria y posgrado e investigación, así como el personal de mantenimiento.

Becas estudiantiles

Existe un programa de becas basado en el Estatuto Escolar de la UABC en su art. 172 aplicable a todos los estudiantes que puede contar con distintos tipos de becas entre las que se encuentran: beca prórroga, beca crédito, patrocinio, por promedio, mérito escolar, beca de investigación, beca deportiva, beca artística, beca compensación y beca vinculación.

Tránsito a la vida profesional

A través del Departamento de Formación Profesional y Vinculación Universitaria, se cuenta con el servicio de Bolsa de Trabajo, donde los oferentes laborales tienen acceso a que sean publicadas sus vacantes, brindando oportunidades a egresados o alumnos que cubran los perfiles requeridos. Adicionalmente, la participación de los alumnos en los proyectos de vinculación con valor en créditos permite el acercamiento laboral entre los alumnos y las organizaciones en las que eventualmente pueden laborar.

4.4 Conclusión

Se reconoce que hace falta personal académico con perfil del área de turismo particularmente en FCA, en tanto que en la FTYM se considera adecuado para este momento.

Existe un área de oportunidad en la formación docente, específicamente en temas relacionados a la disciplina, adicionalmente se requiere una mayor participación en programas de formación docente.

Existe producción académica a través de los cuerpos académicos que como resultado de su trabajo de investigación generan a través de las líneas de

generación y aplicación del conocimiento, sin embargo, no se ha logrado permear hasta los PE.

Los espacios físicos de ambas sedes se encuentran en buenas condiciones; sin embargo, el caso de laboratorios de cómputo y los talleres de Alimentos y Bebidas y gastronomía necesitan software especializado en el primero y equipo y utensilios en el segundo para operar en óptimas condiciones.

Se reconoce la falta del taller de hospedaje en los dos campus. En los laboratorios de requieren tecnologías de la información, para viajes, sistemas de distribución global (GDS=Global Distribution System) como SABRE, TICS para gestión hotelera (PMS=Property Management System) como OPERA, así como programas para el desarrollo de bases de datos aplicables.

Se reconoce que el personal que colabora en el área de laboratorios de cómputo y talleres, es insuficiente. De los dos laboratorios de cómputo, solo se cuenta con personal para uno, y el Taller de AyB no cuenta con una persona asignada para su mantenimiento permanente. Los auditorios se gestionan con apoyo de estudiantes de servicio social.

La seguridad en lo general es un área de oportunidad considerando los accesos abiertos de ambos campus; el mantenimiento constante del equipo, seguimiento a los protocolos de protección civil, así como la ampliación de la red inalámbrica son también aspectos a mejorar.

C. CONCLUSIONES

Orientaciones para la toma de decisiones para la creación, modificación o actualización del plan de estudios.

Una vez que se han realizado todos los análisis que se consideran necesarios para la identificar las necesidades más apremiantes del plan de estudios Licenciado en Gestión Turística, se ha formulado la tabla 61 que contiene cinco preguntas del

apartado de evaluación externa, permitiendo la evaluación de si procede una modificación o actualización del plan de estudios (Serna, A. y Castro, A. 2018).

De las 5 preguntas de la evaluación externa 3 resultaron negativas ya que el perfil de egreso, ya no es pertinente en términos de las competencias y de las necesidades y problemáticas sociales debido a que fue rebasado por la agudización de las problemáticas sociales asociadas al turismo, así como a la consolidación del turismo responsable; el perfil profesional del egresado, en términos de competencias ya no responde a los requerimientos del mercado laboral porque los contenidos que originalmente se propusieron en éste momento ya no son consistentes y no existe congruencia entre el plan de estudios vigente y los requerimientos actuales de la profesión debido a la dinámica del entorno externo, lo cual demanda nuevas competencias.

Con respecto a lo positivo, se reconoce que El Programa educativa atiende las necesidades sociales a través del Programa de servicio Social y la formación en materias vinculadas como Ecología Turística y Desarrollo Sustentable y que las consideraciones que los organismos nacionales e internacionales proponen a la profesión para enriquecer el plan de estudios del programa educativo son tomadas en cuenta por los procesos de mejora continua que los organismos acreditadores evalúan.

Tabla 61. Lista de verificación de preguntas de evaluación para determinar la modificación o actualizar programas educativos (I)

Preguntas de evaluación	SI	NO	Fundamentación. Escriba brevemente los principales hallazgos de los estudios
Evaluación Externa			
Pertinencia social			
¿El programa educativo atiende a las necesidades y problemáticas sociales estatales, regionales, nacionales y globales inherentes a la profesión?	X		El Programa educativo atiende las necesidades sociales a través del Programa de servicio Social y la formación en materias vinculadas como <i>Ecología Turística y Desarrollo Sustentable</i> .
¿El perfil de egreso, en términos de competencias, es pertinente de acuerdo		X	El perfil de egreso, ya no es pertinente en términos de las competencias y de las necesidades y problemáticas sociales debido a

con las necesidades y problemáticas sociales?			que fue rebasado por la agudización de las problemáticas sociales asociadas al turismo, así como a la consolidación del turismo responsable.
¿El perfil profesional del egresado, en términos de competencias, responde a los requerimientos del mercado laboral?		X	El perfil profesional del egresado, en términos de competencias ya no responde a los requerimientos del mercado laboral porque los contenidos que originalmente se propusieron en éste momento ya no son consistentes.
Evaluación Externa			
Referentes			
¿Existe congruencia entre el plan de estudios vigente y los requerimientos actuales de la profesión?		X	No existe congruencia entre el plan de estudios vigente y los requerimientos actuales de la profesión debido a la dinámica del entorno externo, lo cual demanda nuevas competencias.
¿Se toman en cuenta las consideraciones que organismos nacionales e internacionales proponen a la profesión y que permitan enriquecer el plan de estudios del programa educativo?		X	Las consideraciones que los organismos nacionales e internacionales proponen a la profesión para enriquecer el plan de estudios del programa educativo son tomadas en cuenta por los procesos de mejora continua que los organismos acreditadores evalúan.

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En un segundo apartado se encuentra la tabla 62 que incorpora elementos de la evaluación interna, donde se contestaron 13 preguntas, de las cuales 6 tuvieron respuesta negativa, ya que las competencias del perfil de egreso no son congruentes con los requerimientos actuales de la profesión porque ha transitado del planificador turístico y administrador al especialista que gestiona empresas y pone en valor el patrimonio turístico bajo un enfoque de responsabilidad social; en relación a la idoneidad, esta no existe porque el tronco común es administrativo-contable, lo cual incide en que no se cuenta con bases de turismo de manera inicial, limitando el desarrollo de competencias gerenciales para la profesión; no existe congruencia ya que la base teórica está centrada en la administración contable, debiendo considerarse bases teóricas del turismo y del área económico administrativo.

Tabla 62. Lista de verificación de preguntas de evaluación para determinar la modificación o actualizar programas educativos (II)

Evaluación Interna			
Evaluación del currículo			
¿Las competencias del perfil de egreso son congruentes con los requerimientos actuales de la profesión?		X	Las competencias del perfil de egreso no son congruentes con los requerimientos actuales de la profesión porque ha transitado del planificador turístico y administrador al especialista que gestiona empresas y pone en valor el patrimonio turístico bajo un enfoque de responsabilidad social.
¿Existe idoneidad en la distribución y seriación de las asignaturas en el plan de estudios?		X	No existe porque el tronco común es administrativo-contable, lo cual incide en que no se cuenta con bases de turismo de manera inicial, limitando el desarrollo de competencias gerenciales para la profesión.
¿Existe congruencia y suficiencia de asignaturas teóricas y prácticas por etapas de formación?		X	No existe congruencia ya que la base teórica está centrada en la administración contable, debiendo considerarse bases teóricas del turismo y del área económico administrativo. En cuanto a la suficiencia de asignaturas prácticas, está excedida ya que el estudiante realiza horas extra-curriculares.
¿Existe congruencia en la distribución de las asignaturas de acuerdo a los propósitos y competencias por etapa de formación —vertical— y por áreas de conocimiento —horizontal—?	X		Consideramos que existe congruencia en la distribución de manera vertical. Sin embargo, se encuentra limitada por el tronco común. En cuanto al conocimiento de manera horizontal, responde al modelo educativo.
¿El dominio de otros idiomas es pertinente y suficiente en relación con su aplicación a la profesión?		X	El dominio del idioma no es pertinente, ni suficiente porque los alumno no alcanzan la competencia al egreso.
¿Las competencias generales de los programas de unidades de aprendizaje contribuyen al cumplimiento del perfil de egreso?	X		Las competencias generales de los programas de unidades de aprendizaje contribuyen al cumplimiento del perfil de egreso establecido, no al requerido en la actualidad.
¿Los contenidos de los programas de unidades de aprendizaje		X	Los contenidos de los programas de unidades de aprendizaje no son

son <i>pertinentes, suficientes y actuales</i> ?			pertinentes, suficientes y actuales, particularmente en las materias obligatorias.
¿Las referencias bibliográficas de los programas de unidades de aprendizaje son pertinentes, suficientes y actuales?		X	Las referencias bibliográficas de los programas de unidades de aprendizaje no son pertinentes, suficientes y no están actualizadas.
¿La metodología de trabajo descrita en los programas de unidades de aprendizaje es pertinente de acuerdo al Modelo Educativo de la UABC?	X		La metodología de trabajo fue elaborada al Modelo Educativo de la UABC.
¿Los criterios de evaluación descritos en los programas de unidades de aprendizaje atienden a una evaluación integral por competencias?	X		Los criterios de evaluación descritos en los programas de unidades de aprendizaje atienden a una evaluación integral por competencias porque están alineados al Modelo Educativo.
¿Las evidencias de desempeño son congruentes con la competencia y contenidos de los programas de unidades de aprendizaje?	X		Sí porque están alineados al Modelo Educativo
¿El perfil docente declarado en los programas de unidades de aprendizaje es idóneo para su impartición?	X		Sí porque están alineados al Modelo Educativo.

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En cuanto a la suficiencia de asignaturas prácticas, está excedida ya que el estudiante realiza horas extra-curriculares; el dominio del idioma no es pertinente, ni suficiente porque los alumnos lo alcanzan la competencia al egreso; los contenidos de los programas de unidades de aprendizaje no son pertinentes, suficientes y actuales, particularmente en las materias obligatorias ni las referencias bibliográficas de los programas de unidades de aprendizaje son pertinentes, suficientes y tampoco están actualizados.

En los apartados con respuesta positiva, se destaca que existe congruencia en la distribución de manera vertical. Sin embargo, se encuentra limitada por el tronco común.

En cuanto al conocimiento de manera horizontal, responde al modelo educativo; las competencias generales de los programas de unidades de aprendizaje contribuyen al cumplimiento del perfil de egreso establecido, no al requerido en la actualidad; que la metodología de trabajo fue elaborada al Modelo Educativo de la UABC; los criterios de evaluación, las evidencias de desempeño y el perfil docente descritos en los programas de unidades de aprendizaje están alineados al Modelo antes mencionado.

Es evidente la necesidad de actualizar el Programa Educativo de Licenciado en Gestión Turística, ya que el análisis de la evaluación externa e interna dio como resultado la necesidad de desarrollar nuevas competencias en el egresado para el desarrollo de su profesión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alegría, T. (2009). *Metrópolis transfronteriza: revisión de la hipótesis y evidencias de Tijuana, México y San Diego, Estados Unidos*. México. Editorial COLEF-Porrúa. ISBN: 978-607-479-010-8
- Administración Portuaria Integral. (2018). Informe anual 2018. Recuperado de <https://www.puertoensenada.com.mx/esps/0000696/informes-2018>.
- Bekier, E. (2014). Brand Products of Regional Cuisine in the Promotion of Tourism in Roztocze. Recuperado de <https://content.sciendo.com/downloadpdf/journals/pjst/21/4/article-p263.pdf>
- Bonilla, J. (2013). Nuevas Tendencias del Turismo y las Tecnologías de Información y las Comunicaciones. *Anuario Turismo y Sociedad*, XIV,33-45. Recuperado de https://www.academia.edu/31787899/Nuevas_tendencias_del_turismo_y_las_tecnologias_de_informacion_y_las_comunicaciones
- Comisión Estatal de Derechos Humanos de Baja California. (2017). Informe de Recomendaciones a Ayuntamiento por falta de accesibilidad en transporte y espacios públicos. Recuperado de <http://www.derechoshumanosbc.org/noticias/emite-cedhbc-recomendaciones-ayuntamientos-por-falta-de-accesibilidad-en-transporte-y-espac>.
- Comisión Unidos Vs. Trata. (2018). Informe anual 2018. Recuperado de <https://comisionunidos.org/>.
- Centro Metropolitano de Investigación Económica y Empresarial. (2018). Informe anual 2018. Recuperado de https://www.puec.unam.mx/pdf/informes/informe_actividades_puec_2018_2019.pdf.
- Creswell, J. (2005). *Investigación educativa: planificación, realización y evaluación de investigación cuantitativa y cualitativa*. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2015). Estudio económico de América Latina y el Caribe 2015: desafíos para impulsar el ciclo de inversión con miras a reactivar el crecimiento, disponible en <https://www.cepal.org/es/publicaciones/38713-estudio-economico-america-latina-caribe-2015-desafios-impulsar-ciclo-inversion>.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. (2018). Informe de Biodiversidad Mexicana. Recuperado de <https://www.biodiversidad.gob.mx/publicaciones/publicaciones.php>.
- Consejo Nacional Población. (2017). Informe anual 2017. Recuperado de <https://www.gob.mx/conapo/documentos/informes-estatales-2017>.

- Consejo Nacional Población. (2019). Historia de CONALEP. Recuperado de <http://www.conalepbc.edu.mx/index.php/quienes-somos/historia.html>.
- Consejo Coordinador Empresarial Tijuana. (2018). Informe anual 2018. Recuperado de <https://www.cce.org.mx/informes-anales/>.
- Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Baja California. (2012). Informe de violencia contra las mujeres y los programas para su atención por parte de sociedad y gobierno. Recuperado de <http://www.copladebc.gob.mx/publicaciones/2012/Estado%20en%20Movimiento%20Violencia%20contra%20las%20Mujeres%20Octubre-2012.pdf>.
- Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Baja California. (2017). Informe anual 2017. Recuperado de <http://www.copladebc.gob.mx/publicaciones/2017/Mensual/Tijuana%202017.pdf>.
- Cornell University. (2019). The Hotel Administration program. Recuperado de <https://sha.cornell.edu>.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2014). Informe de pobreza en México. Recuperado de <https://www.coneval.org.mx/InformesPublicaciones/Documents/Informe-pobreza-Mexico-2014.pdf>.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2018). Estudio Diagnóstico del Derecho a la Salud. Recuperado de https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/IEPSM/Documents/Derechos_Sociales/Diag_derecho_Salud_2018.pdf.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019). Perspectivas económicas de América Latina: Desarrollo en transición. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44525-perspectivas-economicas-america-latina-2019-desarrollo-transicion>
- Delgado, O., Lizárraga, R., Martínez, A., Galindo, L., Fermán, L., Sánchez, A. y Cruz, A. (2005). Cambios en la posición de la línea de playa de la boca del Estero de Punta Banda, Baja California, durante 1972-2003. *Ciencias marinas*, 31(4), 707-717. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/480/48031410.pdf>
- Díaz, A., Avilés, J. y Rosas, M. (2004). *Desarrollo Económico de la Frontera Norte de México*. Enumed. México.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., Scott, N. y Cooper, C. (2008). *Megatrends underpinning tourism to 2020. Analysis of key drivers for change*, Australia: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/228727012_Megatrends_underpinning_tourism_to_2020_Analysis_of_key_drivers_for_change

- Espelt, G. (noviembre de 2009). Retos para el sistema educativo en turismo. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, Congreso llevado a cabo en Gijón, España.
- Facultad de Turismo y Mercadotecnia UABC. (2019). Historia de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia. Recuperado de <https://ftm.tij.uabc.mx/index.php/ftm/historia.html>.
- Foro de Economía Mundial. (2017). Informe de la brecha de género. Recuperado de <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017>.
- Gobierno del Estado de Baja California. (2012). Regiones Hidrológicas. Recuperado de http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/recursos/hidrologia.jsp.
- Gobierno del Estado de Baja California. (2018). Informe 2018. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/438165/Baja_california_2019.pdf.
- Gobierno del Estado de Baja California. (2015). Informe Plan Estatal de Desarrollo. Diagnóstico Estratégico. Recuperado de http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/gobierno/ped/doctos/diagnostico_estrategico.pdf.
- Gobierno de México. (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Recuperado de https://www.snieg.mx/contenidos/espanol/normatividad/MarcoJuridico/PND_2013-2018.pdf.
- Gobierno de México. (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2019. Recuperado de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019.
- Gobierno de México. (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024. México. Recuperado de <https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2019-2024.pdf>.
- Instituto de Competitividad Turística. (2019). Informe anual 2019. Recuperado de <https://www.gob.mx/ictur>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). Reporte anual de población. Recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/bc/poblacion/>.
- Instituto Mexicano para la Competitividad. (2019). Índice de Competitividad Estatal 2018. Recuperado de <http://imco.org.mx/indices/>

- Instituto Municipal de Investigación y Planeación. (2019). Programa de Desarrollo Urbano de Centro de Población de Ensenada (2008-2030). Recuperado de <http://imipens.org/wp-content/uploads/2012/04/PDUCP-E-2030-Ene-2009.pdf>.
- Instituto Politécnico Nacional. (2019). Programa de estudios de la Licenciatura en Turismo. Recuperado de <https://www.ipn.mx/oferta-educativa/educacion-superior/ver-carrera.html?lg=es&id=60>
- Kitzinger J. (1995). Investigación cualitativa: presentación del grupo focal, *BMJ*, 311, 299-302. Recuperado de http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num01/09_MI_HAMUI.PDF
- Landgrave, R. y Moreno, P. (2012). Evaluación cuantitativa de la pérdida de humedales en México. *Investigación Ambiental Ciencia y política pública*, 4(1).
- Martorell, F. (2017). Derechos del usuario de productos turísticos en un entorno digital. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 4(1), 33-44. ISSN: 2387-0184 Recuperado de <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/234>
- Martínez, Y. (05 de enero de 2019). Tiene Baja California 47 zonas de alta marginación. *El imparcial*, Recuperado de: <https://www.elimparcial.com/mexicali/mexicali/Tiene-Baja-California-47-zonas-de-alta-marginacion-20190105-0018.html>.
- Medina L., Medina, L., Herrera. A., & Moreno Zagal M. (2013). *Revista Electrónica, Innovación curricular en Turismo: un campo de estudio y referentes para la formación universitaria. Actualidades Investigativas en Educación*, 13(1), 1-39.
- Moreno, B. (1996). Las profesiones turísticas. *Estudios Turísticos*, (12), 47-88. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Morgan, J., Cuamea, O. y Estrada, A. (2015). Factores de Competitividad en las empresas hoteleras de Tijuana, Baja California. *Teoría y Praxis*, marzo, 2015, 32-59, Universidad de Quintana Roo Cozumel, México. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/4561/Resumenes/Resumen_456144904003_1.pdf
- Morgan, J., Cuamea, O., Valle, M. y Moreno, L. (2010). Emergent actions to confront tourism needs in a binational región. *Case, Tijuana, Mexico. IASK-ATR 2010*. Oviedo, España.
- Morgan, J., Cuamea, O. y Estrada, A. (2016). El turista y sus patrones de consumo. La detección de un turismo más especializado y sus implicaciones en el desarrollo local de rosarito, México. *Planificación territorial, desarrollo sustentable y geodiversidad*, Recuperado de http://www.unmsm.edu.pe/archivos/planificacion_desarrollo_y_geodiversidad_ebook_copia.compressed.pdf
- Navarro, K., Rivera, P. & Sánchez, R. (2016). Análisis del manejo de agua en la ciudad de Tijuana, Baja California: Factores críticos y retos. *Estudios*

- fronterizos, 17(33), 53-82. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612016000100003&lng=es&tlng=es.
- Niezgoda, A. y Markiewicz, E. (2014). Slow Tourism -- Idea, Uwarunkowania I Perspektywy Rozwoju, 1(46), 82-90. Recuperado de <https://pbn.nauka.gov.pl/polindex-webapp/browse/article/article-c75782b4-7e72-427f-bf22-dd8eecbf684>
- OCDE/CAF/CEPAL (2018), Perspectivas económicas de América Latina 2018: Repensando las instituciones para el desarrollo, Éditions OCDE, París. <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2018-es>
- Organización Mundial de Comercio. (2017). Informe anual 2017. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/anrep17_s.pdf
- Organización Mundial del Trabajo. (2018). Informe anual 2018. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_631466.pdf.
- Organización Mundial de Comercio. (2019). Informe anual 2019. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/anrep19_s.htm.
- Organización Mundial del Turismo. (2008). Informe anual Climate change and tourism. Responding to global challenges, OMT-UNEP. Tendencias del Turismo hasta 2030. Contrastes entre lo internacional y nacional. Anudar Red: Temas pendientes y nuevas oportunidades de cooperación en turismo 107-127. Recuperado de http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/68788/Cap_Tendencias_COODTUR.pdf?sequence=3
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Informe de turismo sostenible. Recuperado de <https://sdt.unwto.org/es/content/definicion>.
- Organización de las Naciones Unidas. (2014). Objetivos de desarrollo del milenio y más allá del 2015. Recuperado de https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_300843/lang--es/index.htm
- Osorio, M. R. (2017). Tendencias del turismo hasta 2030, contraste entre lo internacional y lo nacional. En M. A. Nel, Temas pendientes y nuevas oportunidades de cooperación en turismo (págs. 107-127). México: Anudar Red. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6269622>
- Paredes, J. (1995). La Formación Profesional Reglada en Hostelería y Turismo. Estudios turísticos, (1)28, 81-98. Recuperado de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-128-1995-pag81-98-75294.pdf>

- Perspectivas económicas de América Latina. (2016). Hacia una nueva asociación con China. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39535/10/S1501061_es.pdf
- Peñaloza, L., Medina, J. L., Herrera, A. & Vargas, R. (2011). La profesión turística: ejes de explicación en su relación con la formación académica. *Revista de la educación superior*, 40 (160), 95-118. [.https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=604/60422569005](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=604/60422569005)
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2017). Informe 2017. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/blog/2017.html>.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2018). Informe 2018. Recuperado de <https://annualreport.undp.org/2017/>.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2019). Informe 2019. Recuperado de https://www.undp.org/content/undp/es/home/news-centre/news/2019/2019_HDR_inequality.html
- Puertas, X. (2008). Ética y mediación cultural en el ámbito turístico. Los mediadores del ocio turístico y el animador turístico. *Journal of Tourism Research/Revista de Investigación Turística*, 1(2). 45-57. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/ARA/article/view/341639>
- Ramos, A. & Fernández, G. (2013) La educación ambiental: un instrumento para el turismo sustentable. *Revista Hospitalida de São Paulo*, (X) 2, 296 – 312. Recuperado de <https://www.rev Hosp.org>.
- Reyes, M., Olague, J. y Verján, R. (2018). Estrategia de gestión pública para un enoturismo sustentable a partir de la percepción de problemas ambientales: El Valle de Guadalupe (México). *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 375-689. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180755394011/index.html>
- Reyes, M., Verján, R., Lobo, M. y Olague, J. (2018). Propuesta para el desarrollo de estrategias de formación transfronteriza. Presentación en las mesas de trabajo con la Junta de Gobierno.
- Rocha, D. y Ocegueda, T. (2014). La educación no cruza la frontera: Universitarios de la UABC Tijuana y su relación académica con universidades de California. *Frontera Norte*, 26(52), 25-53. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/136/13631515002.pdf>
- Sánchez, P. (2017). Alcances e implicaciones de la práctica en los procesos académicos para fines formativos de la Licenciatura en Gestión Turística. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 4(8), 244-262. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n33/1870-9036-eps-33-528.pdf>

- SDSU. Hospitality and Tourism Management program. Recuperado de <http://arweb.sdsu.edu/es/catalog/201213/parts/Hospitality%20and%20Tourism%20Management.pdf>.
- Seebaluck, N. (2015). Prospects And Challenges Of Business Tourism: A Case Of Mauritius, 6(3), 45-55. Recuperado de <https://ideas.repec.org/a/ibf/rbfstu/v6y2015i3p45-55.html>
- Selin, Y. y Tolga, J. (2013). Current Trends In Developing Urban Tourism, 7(2), 297-310. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/289590100_Current_trends_in_developing_urban_tourism
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2015). Informe anual 2015. Recuperado de https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/informe15/tema/pdf/Informe15_completo.pdf.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2019). Informe anual 2019. Recuperado de <https://www.gob.mx/semarnat/documentos/primer-informe-de-labores-medio-ambiente-215758>.
- Secretaría de Economía. (2018). Informe anual 2016. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/389608/6to_Informe-SE_web.pdf.
- Secretaría de Turismo de Baja California. (2018). Empleo turístico. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ResultadosITET.aspx>
- Secretaría de Turismo de Baja California. (2019). Informe de crecimiento durante el primer semestre de 2019. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/el-sector-turistico-ha-mantenido-un-ritmo-de-crecimiento-durante-el-primer-semestre-de-2019-213257>
- Secretaría de Turismo de Baja California. (2019). Guía de escuelas de turismo. Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/ictur/cultura/educacion/guia-de-escuelas/>
- Sigala, F. (2013). Trends and issues in tourism and hospitality higher education: Visioning the future. *Tourism & Hospitality Research*, 4(4), 367-376. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/281041597_Trends_and_Issues_in_Tourism_and_Hospitality_Higher_Education_Visioning_the_Future
- Simon, T. & Vartolomei (2014). Premises for tourism development in the settlements of the middle sector of the Prut river. Botoșani and Iași counties, 4(4), 367-376. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/281041597_Trends_and_Issues_in_Tourism_and_Hospitality_Higher_Education_Visioning_the_Future

Sistema Nacional de la información estadística del Sector Turismo de México. DATATUR. (2018). Compendio Estadístico del Turismo en México 2018. SECTUR. Recuperado de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>.

Sistema Nacional de la información estadística del Sector Turismo de México DATATUR. (2019). Informe anual 2019. Recuperado de [https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-01\(ES\).pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-01(ES).pdf).

Suárez, P. (2011). Consolidando una profesión: Educación y mercado de trabajo turístico. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 40 (160), 95-118. Recuperado de <https://recai.uaemex.mx/>

Sotelo, A. (2019). El turismo doméstico en México aumentó 132% entre 2017 y 2018. Real Estate Market & Lifestyle. Recuperado de <https://www.realestatemarket.com.mx/noticias/turismo/26443-el-turismo-domestico-en-mexico-aumento-132-entre-2017-y-2018>

Tamarit, C. (2017). Nuevas profesiones en turismo. Revenue Manager: competencias y funciones (Doctoral dissertation). Universidad Pontificia de Valencia.

Universidad Autónoma de Baja California. (2019). Programas educativos. Recuperado de: <http://www.uabc.mx/formacionbasica/programaseducativos.html>.

Universidad de Santiago de Compostela y Vigo. (2019). Programa educativo de la Licenciatura en Turismo. Recuperado de http://web.uaemex.mx/fturismoygastronomia/pdfs/plan_estudios_turismo.pdf

Universidad de Anáhuac. (2019). Programa educativo de la Lic. Dirección Internacional de Hoteles. Recuperado de: <https://www.anahuac.mx/direccion-internacional-de-hoteles>.

Universidad de Guadalajara. (2019). Programa educativo de la Licenciatura en Turismo. <http://www.cucea.udg.mx/es/oferta-academica/licenciaturas/turismo/programa-de-licenciatura/perfil-de-egreso>.

Universidad Iberoamericana (2019). Programa Educativo de la Licenciatura en Hospitalidad. <https://ibero.mx/sites/default/files/hospitalidad.pdf>

Valkova, H. (2014). Tourism For All: Challenge For Persons With Disabilities. *CONGRESO AECIT* (p. 211).

Valderrama, J. (2018). Ética profesional un compromiso pedagógico en la complejidad de la formación universitaria en turismo profesional. *Pedagogía Sociedad*, 21 (51). Recuperado de <http://revistas.uniss.edu.cu/index.php/pedagogia-y-sociedad/article/view/572>.

Vera M., Guillén R. y Hasing, L. (2016). Hacia un aprendizaje social responsable de la profesión: propuesta didáctica para la carrera Turismo. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(4), 87-92. Recuperado de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000400011&lng=es&tlng=es.

World Travel Tourist Council. (2019) México. 2019 Annual research: Key Highlights. Recuperado de: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/>

ANEXOS

Anexo A1. Propuesta de lista empleadores Grupo Focal 1.

Subsector	Empresa	Cargo	Nombre
Hotelería	Asociación de Hoteles del Noroeste, A.C. (Ashono)	Presidente de Asociación de Hoteles del Noroeste, A.C. (Ashono)	Ing. Carlos Maldonado Garza
Restaurantes	La Tradición	Presidente estatal de CANIRAC martinmunozaviles@gmail.com	Martín Muñoz
	Grupo Plascencia	Presidente grupo Plascencia contacto@grupoplascencia.com tel ceasars restaurant: 01 664 685 1927	Juan José Plascencia Huerta
	Cheripan	Propietario catering@cheripan.com	Juan Carlos Eguiluz
	Grupo Plascencia	Presidente grupo Plascencia contacto@grupoplascencia.com tel ceasars restaurant: 01 664 685 1927	Juan José Plascencia Huerta
Agencias De Viajes	Viajes Turibaja	Viajes Turibaja (filial a la AMAV en el noroeste) ale_lobato@yahoo.com.mx y carlos@turibaja.com	Lic. Alejandra Lobato Samano
	Baja Wine Tours	Directora info@bajawinetours.net	Dora Villarino
GOBIERNO	SECTURE	Subsecretario de Turismo ilelevier@baja.gob.mx (664) 682-3367 ext. 106	Ives Lelevier Ramos
	COTUCO	Coordinador Operativo atencion@descubretijuana.com (664)684-0537 EXT. 112	Juan Coronado Ruiz
	Baja California Center	Director General jlopez@bccenter.mx	Jair López Montes
	CEART	Coordinador CEART Tijuana icbc.cearttijuana@gmail.com Tel: (664) 104-0273 ext. 121	José Aguirre Lomelí
Hotelería	BAJA INN	Director reservaciones@bajainn.com	Alberto Limón

Fuente. Elaboración propia con base en Inegi, 2019.

Anexo 2. Guion de Grupo Focal para la realización de los grupos focales.

Criterio	Preguntas
Vinculación	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Han tenido practicantes? • ¿Cuál ha sido su experiencia? • ¿Han contratado a alguno después de finalizadas las prácticas profesionales?
Desempeño	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Han tenido colaboradores egresados de la carrera? • ¿Cómo fue que iniciaron a trabajar con ustedes? • ¿Cuál ha sido su experiencia con los egresados? • ¿Cómo los evalúa en comparación con egresados de otras universidades? • ¿Cómo los evalúa en comparación con egresados de otras licenciaturas?
Desempeño	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué debilidades considera que tienen los egresados? en cuanto a: • Conocimientos. • Habilidades. • Actitudes. • Valores.
Desempeño	<ul style="list-style-type: none"> • Desde su punto de vista, ¿Qué características debe tener un Lic. en Gestión Turística de la FTM de UABC? • Conocimientos. • Habilidades. • Actitudes. • Valores.
Pertinencia	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Consideran que la especialización en Turismo le ofrece alguna ventaja a los egresados frente a un administrador tradicional?
Congruencia	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué materias considera se necesitan incorporar al nuevo plan de estudios? • ¿Qué materias considera que no son necesarias dentro del plan de estudios?
Plan de carrera en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Para ofrecer un ascenso a los empleados, ¿cuáles son los elementos que se evalúan? • ¿Cuántos egresados del PE tiene contemplado contratar en los próximos cinco años?
Prospectiva	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué áreas de oportunidad en el mercado visualizan en los próximos cinco años?, en los cuales la empresa requiere del apoyo de egresados de la carrera en Gestión Turística. • Aspecto tecnológico. • Aspecto económico. • Aspecto social.
Prospectiva	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las expectativas de expansión en la empresa? • ¿Qué áreas o departamentos tienden a ampliarse o fusionarse? • ¿Qué necesita hacer la facultad con sus alumnos o el plan de estudios para que los futuros egresados puedan cubrir esas necesidades del mercado laboral?
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos básicos especializados. • Habilidades profesionales • Nivel (operativas, de supervisión o de gestión)

Anexo 3. Encuesta aplicada a egresados

Universidad Autónoma de Baja California

DES de Económico-Administrativas

Evaluación de Plan de estudios 2009-2

El presente tiene como objetivo recabar información para la reestructuración de los planes de estudio de las carreras de: **Licenciado en Contaduría, Licenciado en Administración de Empresas, Licenciado en Informática, Licenciado en Negocios Internacionales, Licenciado en Gestión Turística y Licenciado en Mercadotecnia** que ofrece la Dependencia de Educación Superior (DES de Ciencias Económico-Administrativas) de la UABC, por lo cual la información que proporcione será de suma importancia.

Instrucciones:

Información General

1. Grado máximo de estudios terminados:
 - a. Licenciatura
 - b. Especialidad
 - c. Maestría
 - d. Doctorado

2. Antigüedad en la Unidad Académica:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 y 5 años
 - c. Entre 6 y 10 años
 - d. Entre 11 y 20 años
 - e. Entre 21 y 30 años
 - f. Más de 30 años

3. ¿Trabaja fuera de la UABC?
 - a. Si
 - b. No

4. En caso de ser afirmativa la respuesta a la pregunta anterior, ¿Qué puesto ocupa actualmente?
 - a. Director general
 - b. Propietario o socio de la empresa
 - c. Profesionista independiente
 - d. Gerente de área
 - e. Jefe de departamento
 - f. Ejecutivo de cuenta
 - g. Supervisor
 - h. Analista
 - i. Asistente

- j. Empleado de gobierno
- k. Otro: _____

5. Experiencia laboral:

- a. Menos de un año
- b. 1 – 2 años
- c. 3 – 4 años
- d. 5 – 6 años
- e. Más de 6 años

6. Seleccionar la licenciatura en donde tiene la mayor carga académica:

- a. LC
- b. LAE
- c. LI
- d. LNI
- e. LGT
- f. LM

7. Seleccione las áreas de conocimiento en las que imparte clase (Las que apliquen en caso de impartir en más de una licenciatura).

LC	LAE	LI	LNI	LGT	LM
Contabilidad	Administración organizacional y gestión de la calidad	Administración de bases de datos	Derecho	Administración	Compras
Impuestos	Administración de los Recursos Humanos	Administración de sitios web	Contable/ Financiera	Mercadotecnia	Publicidad y promoción
Finanzas	Administración de la Mercadotecnia	Consultoría/ Asesoría profesionales	Comercio	Alimentos y bebidas	Desarrollo de estrategias
Costos	Administración de las Finanzas	Gestión de proyectos tecnológicos	Economía	Organización de eventos	Relaciones publicas
Auditoría		Ingeniería de software	Informática	Finanzas	Investigación de mercados
		Desarrollo de productos innovadores		Hospedaje	Toma de decisiones
		Administración de redes		Viajes	Ventas
		Seguridad de cómputo		Servicio al cliente	Tecnologías de información
		Soporte técnico hardware/ software			Métricas de proyectos de mercadotecnia
		Gestión y comercialización tecnológica			Herramientas y sistemas de información

PLAN DE ESTUDIOS

8. ¿Conoce el plan de estudios de la(s) Licenciatura(s) en la cual(es) imparte su(s) Unidad(es) de Aprendizaje?

- a. Sí
- b. No

9. ¿Conoce las etapas de las que consta el programa educativo?

- a. Si

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy desacuerdo
a. Es pertinente el Tronco Común para el programa educativo.					
b. Los contenidos de las unidades de aprendizaje están actualizadas					
c. El plan de estudios del programa educativo tiene un orden lógico de las unidades de aprendizaje.					
d. Las unidades de aprendizaje optativas que se ofrecen dentro del plan de estudios del programa educativo son las adecuadas					
e. Las prácticas profesionales que se realizan son suficientes.					
f. Los alumnos cuentan con los conocimientos previos que se requieren para cursar cada una de las unidades de aprendizaje.					
g. La estructura de la unidad de aprendizaje permite cumplir con la competencia general.					
h. Considera que se repiten temas en las distintas unidades de aprendizaje.					
i. La seriación de las unidades de aprendizaje es apropiada.					
j. Recibí información suficiente y oportuna sobre la organización y funcionamiento del plan de estudios del programa educativo.					
k. Estoy satisfecho con mi experiencia en la Unidad Académica.					
l. La formación académica que proporciona la Unidad Académica es de calidad.					
m. La UABC da oportunidad de desarrollar al alumno en el plano humano y social.					

n. Las horas teóricas asignadas en las unidades de aprendizaje son suficiente.					
o. Las horas prácticas asignadas en las unidades de aprendizaje son suficiente.					
p. El nivel de exigencia de los maestros es el adecuado.					

b. No

10. ¿Considera necesario la impartición obligatoria de Unidades de aprendizaje del idioma Ingles dentro del programa educativo?

- a. Si
- b. No

11. ¿Considera pertinente que se incluyan asignaturas en ingles en el programa educativo?

- a. Si
- b. No

12. De las siguientes afirmaciones referentes al plan de estudio del programa educativo donde tiene la mayor carga académica, indique que tan de acuerdo está usted.

13. ¿Considera necesario la inclusión de alguna(s) materia(s) en el plan de estudios del programa educativo donde tiene la mayor carga académica?

- a. Si
- b. No

14. Si su respuesta fue afirmativa, ¿Cuál(s)?

15. Desde su perspectiva las áreas de conocimiento del plan de estudios del programa educativo donde tiene la mayor carga académica el alumno presenta deficiencias.

LC	LAE	LI	LNI	LGT	LM
Contabilidad	Administración organizacional y gestión de la calidad	Administración de bases de datos	Derecho	Administración	Compras
Impuestos	Administración de los Recursos Humanos	Administración de sitios web	Contable/ Financiera	Mercadotecnia	Publicidad y promoción
Finanzas	Administración de la Mercadotecnia	Consultoría/ Asesoría	Comercio	Alimentos y bebidas	Desarrollo de estrategias

		profesionales			
Costos	Administración de las Finanzas	Gestión de proyectos tecnológicos	Economía	Organización de eventos	Relaciones públicas
Auditoría		Ingeniería de software	Informática	Finanzas	Investigación de mercados
		Desarrollo de productos innovadores		Hospedaje	Toma de decisiones
		Administración de redes		Viajes	Ventas
		Seguridad de cómputo		Servicio al cliente	Tecnologías de información
		Soporte técnico hardware/software			Métricas de proyectos de mercadotecnia
		Gestión y comercialización tecnológica			Herramientas y sistemas de información

16. Desde su perspectiva que conocimientos del plan de estudios del programa educativo donde tiene la mayor carga académica deberán reforzarse.

LC	LAE	LI	LNI	LGT	LM
Sistemas y técnicas de procesamiento contable	Procesos de integración del personal	Programación orientada a objetivos	Proceso de importación y exportación	Gestión y operación de empresas de alojamiento/hospitalidad.	
Normatividad financiera nacional e internacional	Administración de relaciones laborales	Administración de base de datos	Organización de recursos humanos	Gestión y operación de restaurantes	
Normatividad fiscal	Clima laboral	Redes y comunicación de datos	Realización de actividades contables y financieras	Gestión y operación de agencias de viajes.	
Costos y productividad	Investigación de mercados	Seguridad de cómputo	Gestión de procesos de compra	Gestión de sistemas de calidad y similares (sustentabilidad, inclusión, innovación)	
Control interno	Administración de compras	Inglés técnico	Desarrollo y planeación de suministros	Organización de eventos y banquetes.	
Normas y procedimientos de auditoría	Administración de ventas	Gestión y comercialización tecnológica	Proceso y trámites de actividades de comercio exterior	Estrategias de coordinación de equipos de trabajo y solución de conflictos	
	Diseño e imagen corporativa	Desarrollo de software	Proceso de negociación	Desarrollo comunitario vinculado al turismo.	
	Análisis financiero	Sistemas operativos	Elaboración de	Desarrollo de	

			plan de negocios	producto turístico.	
	Administración de capital de trabajo	Programación en la nube	Innovar en procesos y servicios	Manejo de software especializado	
	Fuentes de financiamiento	Metodologías de desarrollo	Gestión en dirección y coordinación	Mercadotecnia y comercialización turística.	
	Formulación y evaluación de proyectos de inversión	Desarrollo de aplicaciones móviles	Desarrollo de análisis de mercado	Política turística y gestión de destino	
	Diseño de plan estratégico	Administración de la función informática y auditoría	Elaboración de análisis estratégico comercial	Emprendimiento en el sector turístico	
	Diseño de sistemas de calidad			Investigación aplicada al turismo	
	Diseño organizacional			Relaciones públicas	
	Evaluación de escenarios con apoyo de métodos de análisis cualitativos y cuantitativos para la toma de decisión			Turismo especializado de acuerdo a la vocación de la región (enológico, de naturaleza, médico, deportivo)	
	Desarrollo de liderazgo				

17. Desde su perspectiva que habilidades del plan de estudios del programa educativo donde tiene la mayor carga académica deberán reforzarse.

LC	LAE	LI	LNI	LGT	LM
Negociación	Capacidad de identificación y resolución de problemas	Negociación	Negociar	Análisis, resolución de problemas y toma de decisiones	
Comunicación oral y escrita	Capacidad para la toma de decisiones	Comunicación oral y escrita	Comunicación oral y escrita en español	Coordinación de equipos de trabajo y solución de conflictos.	
Manejo eficiente de las TIC	Manejo de TICs	Manejo eficiente de las TIC	Comunicación oral y escrita en otro idioma	Liderazgo	
Capacidad de identificar y resolver problemas	Comunicación oral y escrita	Capacidad de identificar y resolver problemas	Análisis de información	Elaboración de textos escritos (académicos)	

				y narrativa)	
Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico	Trabajo en equipo	Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico	Pensamiento lógico	Capacidad de adaptación.	
Capacidad de toma de decisiones	Capacidad creativa e innovadora	Capacidad de tomar decisiones	Trabajo en equipo	Comunicación Oral y elaboración de apoyos visuales.	
Manejo de otro idioma	Liderazgo	Manejo de otro idioma	Gestionar y optimizar los recursos	Manejo del idioma inglés u otros.	
Autoevaluación	Manejo de un segundo idioma	Autoevaluación	Aplicación de las herramientas tecnológicas	Enfoque a servicio	
Trabajo en equipo	Capacidad de negociación	Trabajo en equipo		Pensamiento crítico	
Asertividad	Inteligencia emocional	Asertividad		Pensamiento creativo	

18. Desde su perspectiva que valores del plan de estudios del programa educativo donde tiene la mayor carga académica deberán reforzarse.

LC	LAE	LI	LNI	LGT	LM
Respeto	Confianza	Responsabilidad	Análítico	Empatía	
Responsabilidad	Democracia	Identidad	Compromiso	Humildad	
Puntualidad	Honestidad	Compromiso	Disciplina	Honestidad	
Solidaridad	Humildad	Ética profesional	Discreción	Libertad	
Honestidad	Justicia	Honestidad	Honestidad	Integridad	
Discreción	Ética	Confianza	Integridad	Lealtad	
Lealtad	Lealtad	Lealtad	Justicia	Perseverancia	
Justicia	Libertad	Justicia	Objetividad	Responsabilidad	
integridad	Perseverancia	Disciplina	Respeto	Solidaridad	
	Respeto	Respeto	Responsabilidad	Justicia	
	Responsabilidad		Tolerancia	Confianza	

	Solidaridad		Solidaridad	Democracia	
--	-------------	--	-------------	------------	--

19. De las siguientes afirmaciones referentes a la estructura organizacional que sustenta el programa educativo donde tiene la mayor carga

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy desacuerdo
a. El coordinador del programa educativo y las instancias formales de comunicación son conocidas y de fácil acceso.					
b. La comunicación de los alumnos con los docentes del programa educativo es clara y rápida.					
c. Los docentes del programa educativo tienen tiempos establecidos para atención de los alumnos.					
d. La realización de trámites de inscripción de unidades de aprendizaje, baja temporal o definitiva se realizan de forma rápida y oportuna.					
e. Las decisiones académicas y administrativas del programa educativo son transparentes y comunicadas a los docentes y alumnos.					
f. Se consideran los comentarios de la evaluación docente para la impartición de la unidad de aprendizaje.					

académica, indique que tan de acuerdo está usted.

INFRAESTRUCTURA

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy desacuerdo
a. Los salones de clase tienen instalaciones adecuadas a los requerimientos académicos y a la cantidad de alumnos.					
b. Los laboratorios están correctamente equipados.					
c. La atención y horarios del servicio de biblioteca son los adecuados.					
d. Tengo acceso a bibliografía actualizada					
e. Las salas de usos múltiples y/o audiovisuales se encuentran correctamente equipadas.					

f. Tengo acceso a salas de usos múltiples y/o audiovisuales para el desarrollo de actividades académicas.					
g. Se tiene acceso a las instalaciones deportivas y recreativas en la Unidad Académica					

20. Desde su perspectiva indique que tan de acuerdo está usted, con las siguientes premisas.

Para la DES de Ciencias Económico-Administrativa de la UABC es de gran utilidad contar con su opinión personal, utilice el siguiente espacio que a continuación se presenta.

Agradecemos su colaboración al contestar esta encuesta, la información que Usted nos ha proporcionado será de gran utilidad para reorientar los planes y programas de estudio que se ofertan en la DES de ciencias Económicas-Administrativas de la UABC.

Anexo 4. Encuesta aplicada a alumnos

**Universidad Autónoma de Baja California
DES Económico-Administrativas
GESTIÓN TURÍSTICA**

El propósito del presente cuestionario es conocer el grado de conocimiento y satisfacción que tiene al estar cursando una Licenciatura del área económico-administrativa en nuestra institución. La información obtenida será empleada para la implementación de acciones y actualización de los planes de estudio, por lo que le solicitamos contestar de manera objetiva. Cabe mencionar que la información tendrá carácter puramente académico y será totalmente confidencial.

Favor de marcar la respuesta que considere más adecuada de cada opción, o escriba una respuesta según corresponda.

Información General

1. Género:

- a. Masculino
- b. Femenino

2. Edad

- a. 20
- b. 21
- c. 22
- d. Más de 22

3. Semestre:

- a. 7mo
- b. 8vo

4. Turno:

- a. Matutino
- b. Vespertino

5. ¿Trabajas actualmente?

- a. Sí
- b. No

6. En caso de ser afirmativa tu respuesta a la pregunta anterior, ¿Qué puesto ocupas actualmente?

- l. Director general
- m. Propietario o socio de la empresa
- n. Profesionista independiente
- o. Gerente de área
- p. Jefe de departamento
- q. Ejecutivo de cuenta
- r. Supervisor
- s. Analista
- t. Asistente
- u. Empleado de gobierno
- v. Otro: _____

PLAN DE ESTUDIOS

7. ¿Conoce el plan de estudios de tu programa educativo?

- a. Sí
- b. No

8. **Selecciona en la columna que corresponda si consideras que cada materia que se menciona debe PERMANECER, ACTUALIZARSE O ELIMINARSE del plan de estudios de LNI.**

	Permanecer	Eliminarse	Actualizarse
Administración de recursos humanos			
Contabilidad administrativa			
Entorno legal de los negocios			
Matemáticas financieras			
Entorno socioeconómico de México			
Metodología de la investigación			
Análisis financiero			
Derecho corporativo			
Proceso de negociación			
Geografía económica internacional			
Administración estratégica internacional			
Administración financiera			
Marco fiscal de los negocios en México			
Entorno económico internacional			
Contratación internacional			
Administración de la calidad			
Mercadotecnia aplicada a los negocios			
Formas de pago y fuentes de financiamiento			
Legislación de comercio exterior e inversiones extranjeras			
Comercio internacional			
Formulación y evaluación de proyectos de inversión.			
Logística y distribución internacional			
Marco jurídico aduanero y apoyos gubernamentales a la exportación			
Finanzas internacionales			
Desarrollo de emprendedores			

9. **¿Consideras necesario la inclusión de alguna(s) materia(s) en el plan de estudios?**

- c. Si
d. No

10. **Si su respuesta fue afirmativa,**

¿Cuál(s)? _____

11. **De acuerdo a tu experiencia como alumno, consideras que el Tronco Común, debería:**

- a. Quedarse como está (dos semestres)
- b. Ser de un semestre.
- c. Eliminarse.

12. De las siguientes afirmaciones referentes al plan de estudio del programa educativo, indique que tan de acuerdo estás con las siguientes premisas

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy desacuerdo
q. Los contenidos de las unidades de aprendizaje están actualizadas					
r. El plan de estudios del programa educativo tiene un orden lógico de las unidades de aprendizaje.					
s. Las unidades de aprendizaje optativas que se ofrecen dentro del plan de estudios del programa educativo son las adecuadas					
t. Las prácticas profesionales que se realizan son suficientes.					
u. La estructura de la unidad de aprendizaje permite cumplir con la competencia general.					
v. Considera que se repiten temas en las distintas unidades de aprendizaje.					
w. La seriación de las unidades de aprendizaje es apropiada.					
x. Recibí información suficiente y oportuna sobre la organización y funcionamiento del plan de estudios del programa educativo.					
y. Estoy satisfecho con lo que he aprendido en mis estudios de licenciatura					

13. Desde tu perspectiva selecciona los cinco conocimientos del plan de estudios de LNI que deben reforzarse.

Proceso de importación y exportación	
Organización de recursos humanos	
Realización de actividades contables y financieras	
Gestión de procesos de compra	

Desarrollo y planeación de suministros	
Proceso y tramites de actividades de comercio exterior	
Proceso de negociación	
Elaboración de plan de negocios	
Innovar en procesos y servicios	
Gestión en dirección y coordinación	
Desarrollo de análisis de mercado	
Elaboración de análisis estratégico comercial	

14. Selecciona las tres habilidades que se deben promover en la formación profesional de un LNI.

Negociar	
Comunicación oral y escrita en español	
Comunicación oral y escrita en otro idioma	
Análisis de información	
Pensamiento lógico	
Trabajo en equipo	
Gestionar y optimizar los recursos	
Aplicación de las herramientas tecnológicas	

15. Selecciona los cinco valores que se deben promover en la formación profesional de un LNI.

Analítico	
Compromiso	
Disciplina	
Discreción	
Honestidad	
Integridad	
Justicia	
Objetividad	
Respeto	
Responsabilidad	
Tolerancia	
Solidaridad	

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy desacuerdo
h. Los salones de clase tienen instalaciones adecuadas a los requerimientos académicos y a la cantidad de alumnos.					
i. Los laboratorios están correctamente equipados.					
j. La atención y horarios del servicio de biblioteca son los adecuados.					
k. Tengo acceso a bibliografía actualizada					
l. Las salas de usos múltiples y/o audiovisuales se encuentran correctamente equipadas.					
m. Tengo acceso a salas de usos múltiples y/o audiovisuales para el desarrollo de actividades académicas.					
n. Se tiene acceso a las instalaciones deportivas y recreativas en la Unidad Académica					

16. Indica que tan de acuerdo o en desacuerdo estás, con las siguientes afirmaciones.

17. Para la DES de Ciencias Económico-Administrativa de la UABC es de gran utilidad contar con su opinión personal, utilice el siguiente espacio que a continuación se presenta.

Gracias por tu colaboración.

Anexo 5. Encuesta aplicada a docentes

Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Turismo y Mercadotecnia

El propósito del presente cuestionario es conocer el grado de conocimiento y satisfacción que tiene al estar cursando una Licenciatura del área económico-administrativa en nuestra institución. La información obtenida será empleada para la implementación de acciones y actualización de los planes de estudio, por lo que le solicitamos contestar de manera objetiva. Cabe mencionar que la información tendrá carácter puramente académico y será totalmente confidencial.

Favor de marcar la respuesta que considere más adecuada de cada opción con una X, o escriba una respuesta según corresponda.

Información General

18. Género: () Masculino () Femenino 2. Edad _____
19. Licenciatura que cursa: () Gestión turística () Mercadotecnia
20. Semestre: () 7mo () 8vo
21. Turno: () Matutino () Vespertino
22. ¿Trabaja usted actualmente? () Si () No

23. En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, el puesto que ocupa actualmente es:

a) () Director General	b) () Supervisor
c) () Dueño o socio de empresa o despacho	d) () Analista especializado, técnico
e) () Profesional independiente	f) () Vendedor de establecimiento
g) () Gerente/Director de área	h) () Asistente
i) () Subgerente/Subdirector de área	j) () Ayudante
k) () Jefe de departamento	l) () Por cuenta propia no profesional
m) () Ejecutivo de cuenta	n) () Empleado no Profesional
o) () Jefe de oficina/sección/área	p) () Auxiliar
q) () Empleado profesional	r) () Otro: _____

24. ¿Conoce el plan de estudios de su carrera? () Si () No

25. Mencione las 3 materias de la etapa básica que más hayan contribuido en su formación:

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____

26. Mencione las 5 materias que considere más importantes de las etapas disciplinaria y terminal considerando la contribución a su formación profesional:

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____

27. ¿Considera necesaria la inclusión de alguna(s) materia(s) en el Plan de Estudios?

() Si () No

10a. En caso de haber respondido la pregunta anterior afirmativamente ¿Cuál(e)s?:

- 1) _____

2) _____

3) _____

28. ¿Considera necesaria la eliminación de alguna(s) materia(s) en el Plan de Estudios?

Si No

11a. En caso de haber respondido la pregunta anterior afirmativamente ¿Cuál(es)?:

1) _____

2) _____

3) _____

29. En general ¿Cómo valora el nivel de formación de la planta docente? (seleccione una opción)

30. Excelente Buena Regular Deficiente

31. ¿En cuáles materias considera que es más necesaria la experiencia profesional del (la) docente?

1) _____

2) _____

3) _____

4) _____

5) _____

32. ¿Qué recomendación haría para mejorar la calidad del proceso enseñanza-aprendizaje?

	Aumente	Disminuya	Siga Igual
a) Que el área teórica en clase :			
b) Que el área práctica en clase:			
c) Que la capacitación docente:			
d) Prácticas y vinculación:			

33. ¿Conoce el perfil de egreso de su carrera?

Si No

34. De las siguientes opciones asigne un número del 1 al 6, siendo 6 el más importante y el 1 el menos importante, para ordenar las funciones profesionales que considere son necesarias para el entorno y el desarrollo del emprendimiento:

	1	2	3	4	5	6
a) Planear, organizar, dirigir y gestionar eventos de diferente índole en el sector turístico.						
b) Ejecutar tareas asignadas por la empresa turística de la cual se forma parte.						
c) Diseñar e implementar planes de acción para la competitividad de la organización turística.						
d) Diseñar y establecer controles que permitan verificar el cumplimiento de los planes establecidos en el sector turístico.						
e) Tomar decisiones oportunas y racionales en función de los objetivos y políticas del sector turístico.						
f) Participar en los procesos de trabajo en beneficio al turismo.						

35. ¿Considera que el perfil de egreso corresponde a la actividad profesional real de la Licenciatura?

No Si Sólo en parte No sé

36. A continuación encontrará una serie de enunciados relacionados con el plan de estudios y sus materias. Solicitamos su opinión al respecto marque con una X la opción que considere adecuada.

	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
a) La secuencia de las asignaturas en el plan de estudios fortalece la formación del alumnado:				
b) La ubicación de las asignaturas en el plan de estudios refleja una formación lógica:				
c) La actualización de los contenidos es:				
d) La resolución de prácticas, tareas o solución de problemas son reales en las asignaturas que imparte:				
e) La claridad del propósito y la competencia inscritos en el programa de unidad de aprendizaje es:				
f) Existe congruencia entre el nombre y el contenido de la asignatura:				
g) El contenido temático de la asignatura que imparte corresponde a la etapa en que se encuentra ubicada de acuerdo al plan de estudios:				
h) La estructura del plan de estudios forma profesionistas que contribuyen al sector privado :				
i) La estructura del plan de estudios forma profesionistas que contribuyen al sector público:				
j) La estructura del plan de estudios forma profesionistas que impactan de manera positiva en la sociedad en general				

37. De las 4 áreas del campo laboral indique en cual quisiera ejercer en orden de prioridad:

() Una empresa () Gobierno () Cuenta propia () Asociación Civil

38. Mencione las áreas de especialización que quisiera ejercer en orden de prioridad

Su área de especialización la ejercería en:

1) _____

2) _____

3) _____

39. A la fecha, ¿Está satisfecho con lo que ha aprendido en sus estudios de licenciatura?

() No () Si () Sólo en parte () No sé

De las siguientes preguntas, seleccione la respuesta que considere más importante (enumere por orden, donde el número 1 representa la opción menos importante y el número 5 la opción la más importante *pueden repetirse la valoración de importancia).

40. ¿Qué actitudes y valores considera más importante y que se debería promover en la formación profesional de los egresados?

a) Disciplina y compromiso social.					
b) Prudencia y ética profesional.					
c) Responsabilidad y honestidad.					
d) Tolerancia y respeto.					
e) Desarrollo profesional y actualización constante.					
f) Respetuoso del medio ambiente.					
g) Importancia de la familia.					

24. ¿Qué conocimientos se deberían integrar al perfil de egreso de la Licenciatura en curso?

a) Hospedaje					
b) Alimentos y bebidas					
c) Agencias de viajes					
d) Producción de eventos					
e) Creación de productos turísticos					
f) Otro: _____					

25. ¿Qué habilidades se deberían integrar en el plan de estudios de la Licenciatura en curso?

a) Toma de decisiones					
b) Redacción y expresión oral					

c)	Analizar e interpretar datos e indicadores					
d)	Trabajo en equipo y liderazgo					
e)	Capacidad p/desenvolverse en entornos cambiantes					
f)	Visión empresarial y capacidad de gestión					
g)	Manejo de software y paquetería especializada.					

-Elija la opción que más se acerque a su opinión sobre los servicios que le brinda la Unidad Académica

26. Orientación Educativa y Psicológica (OEP).

	Si	No	No sé
a) Tengo el conocimiento de que existe un área de OEP en la escuela			
b) Identifico a la(s) persona(s) responsable(s) del área de OEP			
c) Identifico las funciones del área de OEP			
d) He acudido al área de OEP			
e) He participado en alguna de las actividades que organiza la OEP			
f) Considero pertinentes los servicios que brinda la OEP			

27. ¿Qué actividades sugiere al área de OEP para mejorar en los servicios de apoyo que brinda? _____

28. Área de Tutorías:

	Si	No	No sé
a) Conozco las funciones del área de tutorías			
b) Conozco a la persona(s) responsable(s) del área de Tutorías			
c) Conozco el Manual de Tutorías elaborado por la UA			
d) Conozco el Sistema Institucional de Tutorías (SIT)			
e) Se me brindó plática de los servicios de tutorías			
f) Se me asignó tutor desde el inicio de mis estudios universitarios			

29. Servicio Social (SS):

	Si	No	No sé
a) Conozco las raíces y razones del SS			
b) Conozco a la(s) persona(s) responsable(s) del área SS			
c) Se me brindó taller de SS durante mis estudios			
d) Conozco los programas de SS que brinda la Facultad			

30. Movilidad Estudiantil:

	Si	No	No sé
Conozco la opción de movilidad interna para cursar unidades de aprendizaje (materias) en otras unidades académicas			
Identifico a la(s) persona(s) responsable(s) del área de Movilidad Estudiantil			
Conozco la convocatoria de intercambio estudiantil			
Se me brindó plática sobre Movilidad estudiantil durante mis estudios			
He participado en movilidad estudiantil interna			
He participado en movilidad estudiantil externa			

31. Prácticas profesionales:

	Si	No	No sé
a) Conozco a la(s) persona(s) responsable(s) de Prácticas Profesionales			
b) Conozco los lineamientos generales de prácticas profesionales al interior de la UA			
c) Conozco el objetivo de realizar prácticas profesionales.			
d) Conozco la cantidad de créditos requeridos para poder realizar las prácticas profesionales.			
e) Se me brindó información sobre los programas ofertados donde puedo realizar mis prácticas profesionales.			

32. Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos:

	Si	No	No sé

a) Conozco a la(s) persona(s) responsable(s) de Proyectos de Vinculación			
b) Conozco los proyectos de vinculación de la UA con otras instituciones			
c) Conozco la modalidad de aprendizaje de Proyectos de vinculación con valor en créditos			

33. Actividades Culturales y Deportivas:

	Si	No	No sé
a) Conozco acerca de las actividades Culturales y Deportivas de la UABC			
b) Conozco los mecanismos para la obtención de créditos a través de estas actividades			

34. ¿Cómo considera las instalaciones de la Unidad Académica?

	Si	No	No sé
a) Espacios físicos (aulas, audiovisuales y salas de usos múltiples)			
b) Biblioteca (acervo bibliográfico)			
c) Áreas deportivas y recreativas			
d) Laboratorios (Equipamiento, software, etc.)			

Gracias por tu colaboración.