

Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Turismo y Gastronomía
Licenciatura en Turismo



Programa de Estudios:
Gestión de Empresas Turísticas

Elaboró: Dra. en C. A. Elva Esther Vargas Martínez
M. en E. T. Alejandro Delgado Cruz Fecha: 14 de junio de
M. en C. y T. E. Gloria Georgina Icaza Castro 2018

29/enero/2019
Fecha de
aprobación **H. Consejo Académico**


30/enero/2019
H. Consejo de Gobierno




Índice

	Pág.
I. Datos de identificación	3
II. Presentación del programa de estudios	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular	5
IV. Objetivos de la formación profesional	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje	6
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización	6
VII. Acervo bibliográfico	7
VIII. Mapa curricular	10

**UAEM**Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía

Licenciatura en Turismo

Reestructuración, 2015

**I. Datos de identificación**

Espacio educativo donde se imparte

Facultad de Turismo y Gastronomía

Licenciatura

Turismo

Unidad de aprendizaje

Gestión de Empresas Turísticas

Clave

Carga académica

2**2****4****6**

Horas teóricas

Horas prácticas

Total de horas

Créditos

Periodo escolar en que se ubica

1**2****3****4****5****6****7****8****9**

Seriación

Ninguna

Ninguna

UA Antecedente

UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso

☐

Curso taller

☒

Seminario

☐

Taller

☐

Laboratorio

☐

Práctica profesional

☒

Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido

☐

No escolarizada. Sistema virtual

☐

Escolarizada. Sistema flexible

☒

No escolarizada. Sistema a distancia

☐

No escolarizada. Sistema abierto

☐

Mixta (especificar)

Formación común☐☐☐☐**Formación equivalente****Unidad de Aprendizaje**



II. Presentación

En cumplimiento del Artículo 83, fracción I y del Artículo 84 del Reglamento de Estudios Profesionales de la Universidad Autónoma del Estado de México, se presenta este programa de estudios como el documento normativo de carácter oficial que estructura y detalla los objetivos de aprendizaje y los contenidos establecidos para la unidad de aprendizaje de **Gestión de Empresas Turísticas**.

El intercambio de culturas, las relaciones económicas, el avance de las tecnologías, entre otros elementos que permiten el desarrollo del sector turístico, hacen que las empresas operen cada vez con mayor intensidad, haciendo que mejoren sus índices de eficiencia y eficacia. En ese tenor, deben ser capaces de competir en un mercado veloz, cambiante y agresivo.

Así, las empresas turísticas hoy en día basan su gestión pensando globalmente, pero actuando localmente, siendo cada vez más innovadoras, desarrollando mayor investigación y creando nuevas posibilidades de productos (bienes y servicios) para atender las diversas modalidades de corrientes turísticas.

En el sistema turístico conviven tanto las pequeñas como las grandes empresas teniendo relación con otras del sector industrial, en ese sentido existen una gran cantidad de factores que influyen en su operación, la gestión estará en función de las presiones de su entorno interno y externo, por lo que es necesario diseñar y aplicar estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios turísticos.

Así entonces el estudiante de esta unidad de aprendizaje optativa tiene la oportunidad de formarse con una visión de liderazgo para la gestión de la empresa turística y de servicios; donde aprenderá desde una noción actitudinal de atención al cliente hasta el establecimiento de las normas de calidad, igualmente sabrá desarrollar capacidades de innovación en las organizaciones y cómo se gestionan las tecnologías para obtener ventajas competitivas y sustentables.

Esta unidad de aprendizaje retoma los conocimientos previos de los estudiantes obtenidos a lo largo de su formación de licenciatura, por lo que la realización de prácticas profesionales consolidará el aprendizaje en la gestión de empresas turísticas.



III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación:	Integral
Área Curricular:	Innovación y competitividad en las organizaciones turísticas
Carácter de la UA:	Optativa

IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Formar Licenciados en Turismo con alto sentido humanístico, ético, vocación de servicio y compromiso social para:

- Crear, gestionar, operar e innovar emprendimientos, proyectos y organizaciones turísticas y recreativas competitivas, que contribuyan al aprovechamiento del tiempo libre; a la preservación del patrimonio natural y cultural, así como al desarrollo local, regional, nacional e internacional, en un marco ético y de sustentabilidad.
- Analizar los fenómenos sociales inherentes al desarrollo profesional aplicando conocimientos y metodologías que permiten tomar decisiones con humanismo y responsabilidad social.
- Diseñar, implementar y evaluar planes, programas, proyectos turísticos y emprendimientos innovadores, sustentables y competitivos.
- Resolver problemáticas de gestión y operación de las organizaciones relacionadas con el turismo en los sectores público, privado y social, a partir de propuestas innovadoras.
- Crear alternativas para el aprovechamiento turístico y recreativo del patrimonio natural y cultural en los distintos sectores y escalas geográficas.

Objetivos del núcleo de formación:

Proveer al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de las funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Diseñar y operar productos y servicios turísticos innovadores y competitivos.



V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Aplicar técnicas para la gestión de empresas turísticas atendiendo a las tendencias y necesidades del sector en un entorno competitivo.

VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad 1. Fundamentos de la empresa turística

Objetivo: Identificar los fundamentos de la empresa turística, su organización y naturaleza, reconociendo el contexto en el que operan para generar una perspectiva innovadora en su gestión.

Contenido

- Empresa y empresario turístico
- Particularidades de la empresa turística
- La micro, pequeña y mediana empresa
- Estructura organizativa
- Nuevas tendencias en la gestión de empresas turísticas

Unidad 2. Operación del servicio turístico

Objetivo: Distinguir los procesos de operación del servicio turístico que asegure su entrega de manera eficiente para mantener la satisfacción y lealtad de los clientes.

Contenido

- El proceso del servicio turístico
- Componentes del servicio
- Tipos de procesos
- La cadena de valor en el servicio
- Cultura de servicio
- Satisfacción y lealtad del cliente

Unidad 3. Modelos y herramientas de gestión empresarial

Objetivo: Aplicar modelos y herramientas de gestión necesarias para diagnosticar problemas en la empresa turística que permita desarrollar soluciones con una visión competitiva.

Contenido

- Gestión de la calidad (técnicas de medición y cualificación de la calidad)
- Gestión de la innovación (radar de la innovación)
- Gestión de la tecnología (prospectiva, asimilación, propiedad intelectual)
- Gestión de riesgos (riesgos laborales, seguridad e higiene)
- Gestión sustentable (cuidado ambiental, monitoreo, SGA)



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía
Licenciatura en Turismo
Reestructuración, 2015



VII. Acervo bibliográfico

Básico

Ahmed, P. K., Shepherd, C. D., Ramos L., y Ramos C. (2012). *Administración de la innovación*. México: Pearson Educación. ISBN: 9786073208550

Almeida, M., Barcos, L., y Martín, J. I. (2006). *Gestión de la Calidad en los procesos turísticos*. Madrid: Editorial Síntesis. ISBN 8497564359

Betancourt, J. R. (2014). *Sincroservicio. La conexión en el servicio al cliente*. Ecuador: La Ruta del Aprendizaje. ISBN 9781502708281

Cetindamar, D., Phaal, R., y Probert, D. R. (2016). *Technology management activities and tools*. Nueva York: Macmillan. ISBN: 978-0230233348

Chase, R., Jacobs, R., y Aquilano, N. (2014). *Administración de operaciones. Producción y cadena de suministros*. México: McGraw Hill. ISBN 6786071510044.

Epstein, M. (2009). *Sostenibilidad empresarial. Administración y medición de los impactos sociales, ambientales y económicos*. Madrid: Ecoediciones. ISBN: 9789586486194.

Heskett, J. (2003). *The value profit chain: treat employees like customers and customers like employees*. Nueva York: The free Press. ISBN 0743225694

Khalil, T. M. (2012). *Management of technology: The key to competitiveness and wealth creation*. Boston: McGraw-Hill. ISBN: 9781259001819

Lovelock, C., Reynoso, J., D'Andrea, G., Huete, L., y Wirtz, J. (2011). *Administración de servicios. Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios*. España: Pearson. ISBN 978-6073205566

Martín, I. (2009). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Madrid: Pirámide. ISBN 8436814924

Medellín, E. (2013). *Construir la innovación. Gestión de tecnología en la empresa*. México: Siglo XXI Editores, FESE Fundación de Educación Superior-Empresa. ISBN: 9786070304521



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía
Licenciatura en Turismo
Reestructuración, 2015



Parra, E., y Calero, F. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. España: McGraw Hill. ISBN 8448148878

Pérez, J. A. (2013). *Gestión por procesos*. Madrid: ESIC. ISBN 9786077076940

Ramírez, C. (2009). *Gestión administrativa para empresas turísticas*. México: Trillas. ISBN 9789682476556

Solleiro, J., y Castañón, R. (2008). *Gestión tecnológica*. México: Plaza y Valdés. ISBN: 9789707227637

Zeithaml, V. (2002). *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: McGraw Hill. ISBN: 9789701033258

Complementario

Bayón, F., y Martín, I. (2004). *Operaciones y procesos de producción en el sector turístico*. España: Editorial Síntesis. ISBN 8497561732

Cantú, H. (2001). *Desarrollo de una cultura de calidad*. México: McGraw-Hill, Inc. ISBN: 9701013956

Castellanos, Ó. F. (2007). *Gestión tecnológica. De un enfoque tradicional a la inteligencia*. Colombia: Editorial de la Universidad Nacional de Colombia. ISBN: 9587016858

Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador, principios y prácticas*. Buenos Aires: Editorial Suramericana. ISBN: 9788445500996

Escorsa, P., y Maspons, R. (2001). *De la vigilancia tecnológica a la inteligencia competitiva*. Madrid: Pearson Alhambra. ISBN: 9788420530574

OECD, y EUROSTAT (2005). *Manual de Oslo directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación*. Madrid: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD), Oficina de Estadística para las Comunidades Europeas (EUROSTAT). ISBN: 9788461127818



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía
Licenciatura en Turismo

Reestructuración, 2015



Ortiz, E., y Nagles, N. (2013). *Gestión de la tecnología e innovación. Teoría, proceso y práctica*. Colombia: Universidad EAN. ISBN: 9789587562552

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. Nueva York: Free Press. ISBN: 9780684841489

Zeithaml, V., y Parasuraman, A. (2004). *Relevant knowledge series: Service quality*. Cambridge: Marketing Science Institute. ISBN: 9780965711432



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía
Licenciatura en Turismo
Reestructuración, 2015



VIII. Mapa Curricular

O B L I G A T O R I A S	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
	Contextualización del Turismo 4 0 4 8	Métodos y Técnicas de Investigación 4 4 0 8	Tiempo Libre y Ocio 2 2 0 4	Perspectivas Teóricas y Metodológicas del Turismo 6 0 6 12	Proyección Ética y Profesional 4 0 4 8	Temas Emergentes y Tendencias del Turismo 4 0 4 8	Investigación Turística 3 3 0 6	Proyecto de Evaluación Profesional 2 4 6 12	
	Pensamiento Universitario 2 2 0 4	Tecnologías y Aprendizaje Autónomo 2 4 0 6	Comprensión de Textos Académicos 2 2 0 4	Argumentación y Comunicación Académica 2 2 0 4			Planificación Turística 3 3 0 6	Desarrollo Local y Regional 4 2 6 12	
	Sociología 4 0 4 8	Psicología 3 1 4 8	Estadística 3 1 4 8		Políticas Públicas para el Turismo 4 0 4 8	Marco Jurídico y Normativo del Turismo 2 2 4 8	Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural 2 4 6 12		
	Geografía 4 0 4 8	Sociedad y Naturaleza 3 1 4 8	Cultura, Sociedad y Turismo 4 0 4 8	Turismo y Sustentabilidad 4 2 6 10	Impactos del Turismo 3 3 0 6	Tecnología en las Sociedades Contemporáneas 2 2 4 8	Marco Legal del Patrimonio Natural y Cultural 2 2 4 8	Plan de Negocios 2 2 4 8	
	Economía 4 0 4 8	Administración 3 1 4 8	Mercadotecnia 3 1 4 8	Contabilidad 2 2 0 4	Finanzas 4 0 4 8	Administración Estratégica 2 2 4 8	Innovación de las Organizaciones Turísticas 2 2 4 8	Gestión del Talento Humano 4 2 6 12	
	Patrimonio Cultural Mundial 4 0 4 8	Patrimonio Cultural de México 2 2 0 4	Cultura Popular de México 2 2 0 4						
		Inglés 5 2 2 0 4	Inglés 6 2 2 0 4	Inglés 7 2 2 0 4	Inglés 8 2 2 0 4	Inglés 9 2 2 0 4	Inglés 10 2 2 0 4		
				Optativa 1, Núcleo Sustantivo 2 2 0 4	Optativa 2, Núcleo Sustantivo 2 2 0 4	Optativa 3, Núcleo Sustantivo 2 2 0 4	Optativa 4, Núcleo Sustantivo 2 2 0 4	Optativa 1, Núcleo Integral 2 2 0 4	
	HT 20 HP 4 TH 24 CR 44	HT 16 HP 19 TH 34 CR 60	HT 18 HP 14 TH 32 CR 60	HT 18 HP 10 TH 29 CR 46	HT 17 HP 11 TH 28 CR 46	HT 14 HP 13 TH 27 CR 41	HT 16 HP 19 TH 34 CR 60	HT 14 HP 12 TH 26 CR 40	HT - HP - TH - CR 30

SIMBOLOGÍA			
Unidad de aprendizaje	Horas técnicas		
	Horas prácticas		
	Total de horas		
	Créditos		
6 Líneas de senación	→		
★ Actividad académica			
Obligatorio Núcleo Básico			
Obligatorio Núcleo Sustantivo			
Obligatorio Núcleo Integral			
Optativo Núcleo Sustantivo			
Optativo Núcleo Integral			

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS			
Núcleo Básico cursar y acreditar 17 UA	42 36 78 120		Total del Núcleo Básico 17 UA para cubrir 120
Núcleo Sustantivo cursar y acreditar 18 UA	53 30 83 136	Núcleo Sustantivo acreditar 4	8 8 16 24
Núcleo Integral cursar y acreditar 10 UA + 1*	28 24 52 116	Núcleo Integral cursar y acreditar 1 UA	2 2 4 6
			Total del Núcleo Integral 11 UA + 1* para cubrir 116

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA Obligatorias	45 + 1 Actividad académica
UA Optativas	5
UA a Acreditar	50 + 1 Actividad académica
Créditos	398