



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía

Licenciatura en Turismo

Reestructuración, 2015

Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía

Licenciatura en Turismo



Programa de Estudios:

Plan de Negocios

Elaboró: Mtra. Irais González Domínguez

Fecha: 04.04.2018

Mtra. Leticia Ruíz Montoya

Fecha de
aprobación

H. Consejo Académico

29/enero/2019



H. Consejo de Gobierno

30/enero/2019





Índice

	Pág.
I. Datos de identificación	2
II. Presentación del programa de estudios	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular	4
IV. Objetivos de la formación profesional	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje	5
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización	5
VII. Acervo bibliográfico	7
VIII. Mapa curricular	9

**I. Datos de identificación**

Espacio educativo donde se imparte

Facultad de Turismo y Gastronomía

Licenciatura

Turismo

Unidad de aprendizaje

Plan de Negocios

Clave

Carga académica

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

Horas teóricas

Horas prácticas

Total de horas

Créditos

Período 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 éste 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 **Plan de Negocios**.

El Plan de Negocios es una herramienta que permite la investigación y desarrollo de nuevos productos, así como la competitividad de las empresas. En la actualidad, a través de la innovación proponen productos y servicios que posteriormente se convierten en proyectos de negocio que pueden traducirse en empresas que sostengan el crecimiento de los sectores productivos y en particular del sector turístico.

La asignatura de Plan de Negocios pretende despertar el espíritu creativo para que el alumno, en cualquier escenario de su quehacer laboral, pueda ser propositivo en las empresas a las que se incorpora, de igual manera intenta promover el espíritu empresarial a fin de atender necesidades sociales, comunitarias y en general las relacionadas con el sector turístico.

Esta unidad de aprendizaje está articulada con las Unidades de Aprendizaje de Gestión de Empresas Turísticas, Innovación en las Organizaciones Turísticas y Emprendimientos.

Se encuentra estructurada con tres unidades temáticas, en la Unidad I denominada Detección de Oportunidades de Negocio, se pretende ampliar la visión del alumno hacia las áreas turísticas poco explotadas, abandonadas o desatendidas para ubicar ideas de proyectos innovadoras y congruentes con el contexto socioeconómico; en la Unidad II, Desarrollo del Plan de Negocios, se abordarán los elementos que deben abordarse para crear un concepto de negocio a largo plazo y finalmente en la Unidad III se pretende que el alumno conozca diversas fuentes de financiamiento e inversión.

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:	Obligatoria



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

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

Integral. 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.

Diseñar planes de negocio a partir de diferentes modelos, para fomentar el emprendedurismo turístico.

**VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.****Unidad 1. Detección de Oportunidades de Negocio**

Objetivo: Identificar las necesidades sociales y las actividades turísticas que requieren ser atendidas, a través de la obtención de información del entorno para proponer proyectos de negocio congruentes y viables en el sector turístico.

Contenidos:

- 1.1. Detección de oportunidades
 - 1.1.1 Diagnóstico sectorial
 - 1.1.2 Tendencias del turismo
 - 1.1.3 Oportunidades de negocio en las empresas turísticas.

Unidad 2. Desarrollo del Plan de Negocios

Objetivo: Desarrollar los elementos indispensables en un Plan de Negocios, con base en la revisión de modelos de negocios, con el propósito de analizar su viabilidad así como su proyección a largo plazo.

Contenidos:

- 2.1 Plan de negocios
 - 2.1.1 Qué es un Plan de negocios
 - 2.1.2 Impactos y beneficios de realizar un Plan de negocios
 - 2.1.2 Modelos de Planes de negocios
- 2.2 Estructura del Plan de Negocios
 - 2.2.1 Descripción del proyecto
 - 2.2.2 Estudio de Mercado
 - 2.2.3 Estudio Técnico
 - 2.2.4 Plan Organizacional
 - 2.2.5 Requisitos Legales
 - 2.2.6 Evaluación financiera
 - 2.2.7 Impactos y beneficios del proyecto

Unidad 3. Fuentes de Inversión y Financiamiento a Proyectos de Negocio

Objetivo: Comprender la importancia de ofertar un proyecto de negocio para atraer el financiamiento e inversión pública para la puesta en marcha de los proyectos.

Contenidos:



- | | |
|-----|---------------------------|
| 3.1 | Oferta del proyecto |
| 3.2 | Fuentes de inversión |
| 3.3 | Fuentes de financiamiento |

VII. Acervo bibliográfico

Básico:

1. Alcaraz Rodríguez, Rafael (2011). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocios, Mc Graw-Hill.
2. Borello, Antonio (2000). El plan de negocios, Mc Graw-Hill
3. Mateo Dueñas, R. y Sagarra Porta, R. (2004): Creación de empresas, Teoría y práctica. Madrid. McGraw-Hill.
4. Rodríguez Valencia, Joaquín (2002): Administración de pequeñas y medianas empresas. México. Thomson.
5. Sánchez Cantú, Rafael. (1993). "El Plan de Negocios", México: Mc.Graw Hill
6. Sánchez Lozano Alfonso y Cantú Delgado Humberto (1993). Plan de Negocios del Emprendedor. 1ª. Edición. México. Mc. Graw Hill
7. Stutely, Richard (2000). Plan de Negocios. La estrategia inteligente, Prentice Hall.
8. Angélica, D. S. L. (2015). Plan de negocios.

Complementario:

9. Aporosi, Gerardo. (1999). Clínica empresarial. Una metodología pasó a paso para desarrollar y monitorear un plan de negocio. Buenos Aires: Machhi.
10. Chiavenato Idalberto (2011). Administración de Recursos Humanos, 9ª. Edición Mc. Graw Hill.
11. Gómez Ceja Guillermo (1994). Planeación y Organización. 8ª. Edición. México. Mc. Graw Hill
12. Fischer, Laura (2011). Mercadotecnia. 4ra. Edición. México. McGraw Hill
13. Garza Treviño, Juan Gerardo (2000). Administración Contemporánea, México. Alhambra.
14. Kotler Phillip; Bowen John T.; Makens James C., et.al. (2011). Marketing Turístico. 5ª. Edición México. Pearson Education.
15. Perdomo Moreno, Abrahám (2002). Métodos y Modelos básicos de Planeación Financiera, México. PEMA.
16. Rokes, Beverly. (2004). Servicio al cliente: Serie Business. México: Thomson Learning
17. Romero López Álvaro Javier (2004) Principios de Contabilidad. 2ª. Edición. México. Mc. Graw Hill.
18. Salazar Leytte, Jorge. (1996). "Como iniciar una pequeña empresa" México: CECSA.
19. Venegas Martínez, Francisco. (2006) Riesgos financieros y económicos: productos derivados y decisiones económicas bajo incertidumbre. México: Thomson
20. Flores, M. J. A., Carrasco, Y. B., Saldaña, M. B., Goyburo, Y. F., Zavalaga, L. R. M., Yamunaqué, C. y Olivera, T. V. (2012). Plan de negocios. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.



21. Valencia, W. A., & Pinto, E. P. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 80-84.
22. Rendón, Ó. H. P. (2014). *Modelo del Plan de Negocios: Para Micro y Pequeña Empresa*. Grupo Editorial Patria.
23. Durón García, C. (2014). *El plan de negocios para la industria restaurantera*. Trillas.

Electrónicas:

1. <http://www.plannegocios.com/?qclid=CKH42cXVuYoCFQMLVAod8SQQxA>
2. <http://www.soyentrepreneur.com/planes-negocio.html>
3. <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores>
4. <http://www.mundoejecutivo.mx/>
5. <http://hbr.org/>



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía
Licenciatura en Turismo
Reestructuración, 2015



Mapa curricular:

