



# **Maestría en Administración**

## **Actividades académicas obligatorias comunes**

Métodos Cuantitativos Aplicados a la Administración

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN</b> <b>MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN</b>	
---	---	---

**Programa de Actividad Académica:** Métodos Cuantitativos Aplicados a la Administración

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración de Organizaciones, Administración de Sistemas de Salud, Administración de Negocios Internacionales, Administración Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones, Administración de Autotransporte de Pasajeros, Administración del Deporte, Administración de Restaurantes, Administración del Turismo.		
<b>Modalidad:</b>	Curso ( x ) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( )	<b>Tipo</b>	T ( X )	P ( )	T/P ( )
<b>Carácter:</b>	Obligatorio ( x ) Optativo ( ) Obligatorio E ( ) Optativo E ( )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
		Teóricas: 3	Teóricas: 48		
		Prácticas: 0	Prácticas: 0		
		Total: 3	Total: 48		

<b>Seriación</b>	
Ninguna ( X )	
Obligatoria ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
Indicativa ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de: Aplicar los diversos tópicos matemáticos en el planteamiento y resolución de problemas del ámbito empresarial, a través del uso e interpretación de modelos que le permitirán sustentar y apoyar el proceso de la toma de decisiones.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El estudiante será capaz de: Poseer los conocimientos teóricos necesarios, así como la capacidad para la aplicación de los diversos tópicos cuantitativos relacionados al ámbito de negocios que le permitan sustentar y apoyar el proceso de toma de decisiones.	

Plantear y resolver problemas mediante la formulación de modelos matemáticos, basándose en la metodología de la investigación de operaciones

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Estadística Descriptiva	12	0
<b>2</b>	Estadística Inferencial	9	0
<b>3</b>	Estadística para la Calidad	6	0
<b>4</b>	Análisis de Series de Tiempo	6	0
<b>5</b>	Análisis de decisiones	3	0
<b>6</b>	Planeación y Programación de Proyectos	6	0
<b>7</b>	Matemáticas Financieras	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Estadística Descriptiva 1.1 Población 1.2 Muestra 1.3 Variables 1.4 Análisis frecuencial 1.5 Medidas centrales 1.6 Dispersión 1.7 Formas de distribución
<b>2</b>	Estadística Inferencial 2.1 Probabilidad 2.2 Estimación 2.3 Ch: cuadrada 2.4 Análisis de varianza 2.5 Regresión y correlación
<b>3</b>	Estadística para la Calidad 3.1 Conceptos generales 3.2 Herramientas estadísticas para la calidad 3.3 Diagramas de control
<b>4</b>	Análisis de Series de Tiempo 4.1 Conceptos generales de pronósticos 4.2 Análisis de diversas técnicas de series de tiempo
<b>5</b>	Análisis de decisiones 5.1 Conceptos generales 5.2 Toma de decisiones bajo las condiciones de riesgo e incertidumbre
<b>6</b>	Planeación y Programación de Proyectos 6.1 Conceptos generales 6.2 Diagrama de Gantt 6.3 Redes de CPM y PERT 6.4 Control y avance de proyecto
<b>7</b>	Matemáticas Financieras 7.1 Conceptos generales 7.2 Interés simple 7.3 Interés compuesto 7.4 Anualidades y amortización

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( x )	Exámenes parciales	( x )
Trabajo en equipo	( x )	Examen final	( )
Lecturas	( x )	Trabajos y tareas	( x )
Trabajo de investigación	( x )	Presentación del tema	( x )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( x )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( x )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (Trabajo Final )	( )

**Línea de investigación:** Organizaciones, Sistemas de Salud, Negocios Internacionales, Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones

#### Perfil profesiográfico

**Grado académico:** Maestría o Doctorado

**Experiencia docente:** Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia docente y/o de investigación.

**Otra característica:** Práctica profesional en el área correspondiente.

#### Bibliografía básica

Díaz, M. (2013). *Estadística Aplicada a la Administración y la Economía*. México: Mc Graw Hill.

Díaz, M. (2013). *Matemáticas Financieras*. México: Mc Graw Hill.

Hamdy, A. T. (2014). *Investigación de Operaciones*. México: Prentice Hall.

Jonhson, K. (2012). *Estadística Elemental*. México: Cengage Learning.

Klastorin, T. (2008). *Administración de Proyectos*. México: Alfaomega.

#### Bibliografía complementaria

Villalobos, J. L. (2012). *Matemáticas Financieras*. México: Pearson Educación.

#### Recursos electrónicos

Anderson, David Ray, 1941- autor Estadística para administración y economía / México, D.F.: Cengage Learning, c2008

[http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-01223?func=full-set-set&set\\_number=910851&set\\_entry=000005&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-01223?func=full-set-set&set_number=910851&set_entry=000005&format=999)

Samuels, Myra L., autor. Fundamentos de estadística para las ciencias de la vida / Madrid: Pearson, [2012]

[http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-01919?func=full-set-set&set\\_number=910852&set\\_entry=000042&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-01919?func=full-set-set&set_number=910852&set_entry=000042&format=999)

Levin, Richard I., autor. Estadística para administración y economía / Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson, [2010]

[http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-10406?func=full-set-set&set\\_number=910987&set\\_entry=000007&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-10406?func=full-set-set&set_number=910987&set_entry=000007&format=999)



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Entorno de las Organizaciones

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración de Organizaciones, Administración de Sistemas de Salud, Administración de Negocios Internacionales, Administración Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones, Administración de Autotransporte de Pasajeros, Administración del Deporte, Administración de Restaurantes, Administración del Turismo.		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso ( x ) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( )</b>	<b>Tipo</b>	<b>T ( x )</b>	<b>P ( )</b>	<b>T/P ( )</b>
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio ( x ) Optativo ( )</b> <b>Obligatorio E ( ) Optativo E ( )</b>	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
		Teóricas: 3	Teóricas: 48		
		Prácticas: 0	Prácticas: 0		
		Total: 3	Total: 48		

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( x )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Identificar y relacionar el concepto nacional e internacional empresarial en el que se desarrollan actualmente las empresas mundiales, exitosas, así como detectar el proceso condicionante que la materia exige para poder crear negocios bajo una visión innovadora y altamente competitiva, y realizar algunos ejercicios con algunos casos que se elaboran y discuten con los alumnos.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Utilizar el enfoque interdisciplinario para entender las ligas y los impactos que se tienen en los procesos de toma de decisiones.	

Generar un ambiente crítico con visión propositiva hacia los campos de negocios nacionales factibles de impulso internacional (Bimbo CEMEX, MODELO, GRUMA, FEMSA, etc.)  
 Fomentar una cultura de proceso sistémico que permita integrar todos los elementos necesarios para la creación de negocios en el país y fuera de este.  
 Hacer uso de herramientas de comunicación, difusión y fuentes alternas, para realizar las labores de investigación y trabajos de campo que le permitan sustentar la aplicación y el desarrollo de empresas, concluyendo con la construcción y discusión de algunos casos en el salón de clases.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Macroeconomía	3	0
2	Diferencias culturales en las organizaciones internacionales	3	0
3	Sistemas de información internacional	6	0
4	La estrategia y la estructura de las organizaciones internacionales	6	0
5	Comercialización	6	0
6	Investigación, desarrollo e innovación tecnológica (El atrás del país)	3	0
7	Sistemas de manufactura global, logística y distribución	6	0
8	Marketing, investigación de mercados y desarrollos globales	3	0
9	El factor humano en el entorno internacional (la migración internacional) La crisis económica de los países	3	0
10	Contabilidad y finanzas en las organizaciones internacionales.	3	0
11	Empresas socialmente responsables e impacto ambiental (los diversos trabajos de certificación empresarial)	3	0
12	Marco jurídico internacional	3	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Macroeconomía 1.1 Internacionalizaciones 1.1.1 Derecho internacional 1.1.2 Liberación del comercio (La OMC) 1.1.3 Globalización y desterritorialización (El FMI y el BM) 1.1.4 Economía, cultura y política en la era global 1.1.5 Desregulación 1.1.6 Convergencia entre ordenamientos 1.1.7 Negocios internacionales y ordenamientos Nacionales 1.1.8 Método comparado 1.2 Globalización 1.2.1 Significado 1.2.2 Algunos rasgos del derecho en la globalización 1.2.3 Derecho global 1.2.4 Uniformización jurídica 1.2.5 Retos del derecho 1.2.6 Nuevas modalidades el pluralismo normativo 1.2.7 Desregulación, inflación normativa y arbitrio judicial, lo que sugiere el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI) 1.2.8 Criterios de selección y ley extranjera 1.2.9 Nuevos ámbitos de cooperación 1.3 Mundialización 1.3.1 Incidencia de la mundialización de la economía y del comercio 1.3.2 Marco general

	<p>1.3.3 Principios del sistema multilateral de comercio</p> <p>1.3.4 Organización Mundial de Comercio (OMC)</p> <p>1.3.5 Instrumentos de política comercial internacional (Los Diferendos y los Litigios)</p> <p>1.4 El calentamiento global y sus implicaciones</p>
<b>2</b>	<p>Diferencias culturales en las organizaciones internacionales.</p> <p>2.1 Cultura y poder</p> <p>2.2 Cultura e ideología de la organización. Casos BIMBO, CEMEX, FORD, TOYOTA, AMERICA MÓVIL</p>
<b>3</b>	<p>Sistemas de información internacional</p> <p>3.1 Estructura de sistemas la inversión en la innovación tecnológica</p>
<b>4</b>	<p>La estrategia y la estructura de las organizaciones internacionales</p> <p>4.1 La estrategia y la planeación de la organización</p> <p>4.1.1 Sector empresarial</p> <p>4.1.2 Ubicación en el mercado global</p> <p>4.1.3 Campos de acción</p> <p>4.1.4 Estructura de la organización y formas de colaboración</p> <p>4.1.5 El estilo de la IBM, FORD y General Motors, entre otras</p> <p>4.1.6 Conformación de estructura orgánico-funcional</p> <p>4.1.7 Elaboración de marcos normativos</p> <p>4.1.8 Niveles de facultación</p> <p>4.2 Estilos gerenciales</p> <p>4.2.1 Identificación del estilo gerencial más apropiado en función al sector orgánico-empresarial</p> <p>4.2.2 Características impersonales como elementos determinantes de negociación</p> <p>4.2.3 Obtención de resultados mediante indicadores de gestión</p> <p>4.2.4 Capacidad adaptación a los cambios estructurales</p> <p>4.2.5 Incorporación de procesos en los sistemas de gestión</p>
<b>5</b>	<p>Comercialización</p> <p>5.1 La Organización Mundial del Comercio (OMC) los bloques y los tratados comerciales</p> <p>5.2 Exportación</p> <p>5.3 Importación</p> <p>5.4 Intercambio Casos TLCAN, la ME, La Federación Rusa y TPP</p>
<b>6</b>	<p>Investigación, desarrollo e innovación tecnológica (El atrás del país)</p> <p>6.1 Innovación tecnológica</p> <p>6.2 Procesos de innovaciones tecnológicas (la experiencia de CONACyT)</p> <p>6.3 La Agenda Digital Nacional ADN</p>
<b>7</b>	<p>Sistemas de manufactura global, logística y distribución</p> <p>7.1 Fuentes globales de suministro, el avance tecnológico y su impacto en los negocios y los gobiernos</p> <p>7.2 Logística internacional</p> <p>7.3 Transporte y empaque</p> <p>7.4 Distribución</p> <p>7.5 Construcción y estudio de un caso, por ejemplo el papel de la OMC, la mediación y el arbitraje</p>
<b>8</b>	<p>Marketing, investigación de mercados y desarrollos globales</p> <p>8.1 Importancia</p> <p>8.2 Estrategia de precios de los mercados internacionales</p> <p>8.3 Promoción y distribución competitiva</p> <p>8.4 Construcción y estudio de un caso</p>
<b>9</b>	<p>El factor humano en el entorno internacional (la migración internacional) La crisis económica de los países</p> <p>9.1 Selección y repatriación</p> <p>9.2 Capacitación y desarrollo</p> <p>9.3 Paquete de compensación internacional</p> <p>9.4 Tendencias actuales de compensación</p> <p>9.5 Practicas relativas a las relaciones laborales</p> <p>9.6 Democracia industrial</p> <p>9.7 Adaptación cultural</p> <p>9.8 Limitantes políticos</p>
<b>10</b>	<p>Contabilidad y finanzas en las organizaciones internacionales</p> <p>10.1 Estados financieros en el contexto internacional</p>

	10.2 Entornos inflacionarios y efectos por el cambio de moneda 10.3 Conversión de estados financieros 10.4 Costos internacionales 10.5 Los colegios de contadores, el fisco y los bancos centrales 10.6 Las organizaciones multilaterales 10.7 Los impuestos
11	Empresas socialmente responsables e impacto ambiental (los diversos trabajos de certificación empresarial) 11.1 Responsabilidad social 11.2 Decisiones éticas 11.3 Regulación ambiental local 11.4 Regulación ambiental internacional
12	Marco jurídico internacional

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( x )	Exámenes parciales	( )
Trabajo en equipo	( x )	Examen final	( )
Lecturas	( x )	Trabajos y tareas	( x )
Trabajo de investigación	( )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

**Línea de investigación:** Organizaciones, Sistemas de Salud, Negocios Internacionales, Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones.

#### Perfil profesiográfico

<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia docente y/o de investigación.
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente.

#### Bibliografía básica

Eugui, F. (2013). Promotor de Sociedades de Inversión. BMV .  
Rojas, Fernando E. (2012). *Conectados a la banda ancha: Tecnología, políticas e impacto en América Latina y España*. Chile: CEPAL.  
Jordán, V., Galperin, H., & Pérez, W. (2013). *Banda ancha en América Latina más allá de la conectividad*. Chile: CEPAL.  
Krugman, P. (2012). *Economía Internacional: Teoría y Práctica*. España: Pearson Educación.  
Krugman, P. R. (2008). *Fundamentos de la Economía*. E.U.A.: Reverté.  
Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la Economía: Macroeconomía*. España: Pearson Educación.  
Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. (2008). *Fundamentos de Economía*. Barcelona : Reverté.

Lemarchad, G. A. (2010). *Sistemas nacionales de ciencia tecnología e innovación en América Latina*. Uruguay: UNESCO.

Nassim, T. (2013). *Antifragil Las cosas que se benefician del desorden*. Libano: Paidós.

Ralston, S. (2012). *El colapso de la Globalización y la Reinención del Mundo*. España: RBA.

Sagasti, F. (2011). *Ciencia, tecnología e innovación Políticas para América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.

Samuelson, P. A. (2004). *Microeconomía*. España: Mc Graw Hill.

Samuelson, P. A. (2007). *Introducción a la Macroeconomía*. España: Mc Graw Hill.

Samuelson, P. A. (2010). *Economía con aplicaciones a Latinoamérica*. México: Mc Graw Hill.

Samuelson, P. A. (2010). *Macroeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*. España: Mc Graw Hill.

Samuelson, P. A. (2010). *Microeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*. España: Mc Graw Hill.

Stiglitz, J. (2004). *Macroeconomía*. España: Ariel.

Stiglitz, J. (2007). *El malestar de la Globalización*. España: Santillana.

Stiglitz, J. (2010). *¿Cómo hacer que funcione la Globalización?* España: Taurus.

Stiglitz, J. (2010). *Caída libre E U., el libre Mercado y el hundimiento de la economía mundial*. España: Taurus.

Stiglitz, J., & Walsh, C. (2009). *Microeconomía*. España: Ariel.

### **Bibliografía complementaria**

Cepal. (2013). *Entre mitos y realidades TIC Políticas públicas y desarrollo productivo en América Latina*. Chile: Naciones Unidas.

Cepal. (2013). *Estrategias de TIC ante el desafío del cambio estructural en América Latina y el Caribe. Balance y retos de renovación*. Chile: Naciones Unidas.

Krugman, P. R. (2008). *Fundamentos de la Economía*. E.U.A.: Reverté.

### **Recursos electrónicos**

Pandya, Jayshree, autor *The global age: NGIOA @ risk* / Dordrecht: Springer, c2012  
[http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-08742?func=full-set-set&set\\_number=915284&set\\_entry=000017&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-08742?func=full-set-set&set_number=915284&set_entry=000017&format=999)

Lemus Delgado, Daniel, autor *Innovación a la China* / México, D.F.: Lid, 2011  
[http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-01276?func=full-set-set&set\\_number=915284&set\\_entry=000033&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-01276?func=full-set-set&set_number=915284&set_entry=000033&format=999)

Globalization and regional economic modeling / New York: Springer Verlag, 2007  
[http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-11695?func=full-set-set&set\\_number=915284&set\\_entry=000094&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-11695?func=full-set-set&set_number=915284&set_entry=000094&format=999)

Banco de México en: <http://www.banxico.gob.mx>

Group of Twenty (G20) en: <http://www.G20.org>

Banco Mundial en: <http://www.bancomundial.org>

Financial Stability Board en: <http://www.financialstabilityboard.org/>

International Monetary Fund en: <http://www.imf.org>

The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) en: <http://www.ocde.org>



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Seminario de Investigación en Ciencias de la Administración

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración de Organizaciones, Administración de Sistemas de Salud, Administración de Negocios Internacionales, Administración Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones, Administración de Autotransporte de Pasajeros, Administración del Deporte, Administración de Restaurantes, Administración del Turismo.		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso ( ) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( X )</b>		<b>Tipo</b>	<b>T ( X )</b>	<b>P ( ) T/P ( )</b>
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio ( X ) Optativo ( )</b> <b>Obligatorio E ( ) Optativo E ( )</b>		<b>Horas</b>		
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48	
			<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0	
			<b>Total</b> 3	<b>Total</b> 48	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( X )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Elaborar el protocolo de la investigación que le servirá tanto para la elaboración de trabajos que tenga que presentar para acreditar las materias cursadas como para la obtención del grado de maestro. Distinguir las características de la investigación científica de la investigación práctica.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Reconocer las diferentes modalidades de trabajo escrito que existen para obtener el grado de Maestro a fin de que identifique y elija aquella que esté en posibilidades de realizar.	

Distinguir la diferencia ente una investigación de carácter científico (conocimiento de la realidad) y una investigación de carácter práctico (solución a un problema práctico).

Comprender los principales pasos del método científico y su aplicación en el desarrollo de un proyecto de investigación.

Comprender la importancia de la elección y delimitación del tema de investigación y elegir y delimitar el tema que desea investigar.

Reconocer la importancia de la primera recopilación de información; localización y revisión de los libros, tesis, artículos y otros documentos que tratan el tema elegido para llevar a cabo su investigación; entrevista a personas o especialistas del tema de estudio, con el fin de que tenga una visión de conjunto del mismo.

Entender la importancia de sustentar un trabajo académico por medio de citas y notas al pie de página; la forma de presentación de las mismas y las de la bibliografía utilizada en la investigación.

Plantear su problema de investigación y formular preguntas de investigación.

Establecer los objetivos de su trabajo de investigación.

Ordenar, analizar y evaluar la información necesaria para el desarrollo de su protocolo de investigación.

Desarrollar un marco teórico tentativo de la investigación.

Elaborar el protocolo o proyecto con los elementos necesarios para la realización de la investigación que llevará a cabo para obtener su grado.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Principales opciones para obtener el grado de maestro	3	0
<b>2</b>	La investigación, algunos tipos de investigación y el método científico de investigación	3	0
<b>3</b>	La elección del tema de investigación y su delimitación	3	0
<b>4</b>	La primera recopilación de información	3	0
<b>5</b>	Las fuentes de información	3	0
<b>6</b>	El problema de investigación	3	0
<b>7</b>	Los objetivos de la investigación	3	0
<b>8</b>	El marco teórico de la investigación	6	0
<b>9</b>	Las variables de la investigación	3	0
<b>10</b>	Las hipótesis de investigación	6	0
<b>11</b>	Elaboración de un protocolo de caso práctico	6	0
<b>12</b>	La metodología a utilizar en la realización de la investigación	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Principales opciones para obtener el grado de maestro 1.1 La tesis 1.2 El estudio de caso 1.3 El examen general de conocimientos 1.4 El trabajo escrito profesional
<b>2</b>	La investigación, algunos tipos de investigación y el método científico de investigación 2.1 La investigación de carácter científico y la investigación de carácter práctico 2.2 La investigación científica y el método científico 2.3 Clasificación de la investigación
<b>3</b>	La elección del tema de investigación y su delimitación 3.1 Consideraciones en la elección del tema de investigación 3.2 La delimitación del tema y el marco referencial 3.3 En el espacio físico, unidades de estudio, espacio geográfico 3.4 En el tiempo 3.5 En los aspectos específicos a investigar
<b>4</b>	La primera recopilación de información

	<p>4.1 Importancia y objetivo de la primera recopilación de información</p> <p>4.2 La investigación documental</p> <p>4.3 Tipos de fuentes de información</p> <p>4.4 La búsqueda bibliográfica en bases de datos digitales</p> <p>4.5 Herramientas para la recuperación de información</p> <p>4.6 Las entrevistas exploratorias</p>
5	<p>Las fuentes de información</p> <p>5.1 Importancia y presentación de las referencias</p> <p>5.2 Fuentes pertinentes de información</p> <p>5.3 La bibliografía</p> <p>5.4 Estilos de citación</p> <p>5.5 Las notas de pie de página</p>
6	<p>El problema de investigación</p> <p>6.1 Características de un problema de carácter científico</p> <p>6.2 Características de un problema de carácter práctico</p> <p>6.3 El planteamiento, la identificación o diagnóstico del problema de investigación</p> <p>6.4 Las preguntas de investigación</p>
7	<p>Los objetivos de la investigación</p> <p>7.1 Características de los objetivos</p> <p>7.2 La congruencia de los objetivos con el planteamiento, las preguntas y/o hipótesis.</p> <p>7.3 Establecimiento de los objetivos</p>
8	<p>El marco teórico de la investigación</p> <p>8.1 Las teorías su función y su importancia</p> <p>8.2 Las funciones del marco teórico</p> <p>8.3 La adopción de una o varias teorías o el desarrollo de una perspectiva teórica</p> <p>8.4 Estrategias para la elaboración del marco teórico</p>
9	<p>Las variables de la investigación</p> <p>9.1 Concepto de variable</p> <p>9.2 Clasificación de las variables</p> <p>9.3 Las variables dependientes e independientes</p> <p>9.4 Escalas de medición de las variables</p>
10	<p>Las hipótesis de investigación</p> <p>10.1 Definición de hipótesis</p> <p>10.2 La relación entre las hipótesis, las preguntas y los objetivos de la investigación</p> <p>10.3 Los tipos de hipótesis</p> <p>10.4 La formulación de las hipótesis</p> <p>10.5 Las formas de comprobación de las hipótesis</p>
11	<p>Elaboración de un protocolo de caso práctico</p> <p>11.1 Unidad de estudio</p> <p>11.2 Unidad de análisis</p> <p>11.3 Problemática del caso</p> <p>11.4 Preguntas del caso</p> <p>11.5 Fundamentación teórica del caso</p> <p>11.6 Propuestas de solución al problema planteado</p> <p>11.7 Elección de la alternativa de solución más adecuada</p>
12	<p>La metodología a utilizar en la realización de la investigación</p> <p>12.1 El tipo de estudio</p> <p>12.2 El método</p> <p>12.3 Diseño de la investigación</p>

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )

Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( X )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( X )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Organizaciones, Sistemas de Salud, Negocios Internacionales, Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la Investigación.
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente.

<p><b>Bibliografía básica</b></p> <p>Dieterich, H. (2012) <i>Nueva guía para la investigación científica</i>. México: Orfila Valentini.</p> <p>Eco, U. (2010). <i>Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura</i>. Barcelona: Gedisa.</p> <p>Hernández, S. R., Collado C. y Baptista, P. (2010). <i>Metodología de la investigación</i>. México: McGraw-Hill Interamericana.</p> <p>Méndez, Á.C.E. (2001). <i>Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación</i>. Santafé de Bogotá: McGraw-Hill Interamericana</p>
<p><b>Bibliografía complementaria</b></p> <p>Bernal, C. (2010). <i>Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales</i>. Santafé de Bogotá: Pearson Educación.</p> <p>Corbetta, P. (2010). <i>Metodología y técnicas de investigación social</i>. Madrid: McGraw-Hill Interamericana</p> <p>Davis, D. (2001). <i>Investigación en administración para la toma de decisiones Business</i>. México: Internacional Thompson Editores</p> <p>Giroux, S. y Ginette T. (2004). <i>Metodología de las ciencias humanas, La investigación en acción</i>, México: Fondo de Cultura Económica.</p> <p>Marradi, A., Archenti, A. y Piovani, J. (2011) <i>Metodología de las ciencias sociales</i>. Buenos Aires: Cengage Learning.</p> <p>Pardinas, F. (2012). <i>Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales</i>. México: Siglo XXI.</p> <p>Zapata-Barrero, R. y Sánchez-Montijano E. (2011). <i>Manual de Investigación cualitativa en la ciencia política</i>, Madrid: Tecnos.</p>
<p><b>Recursos electrónicos</b></p> <p>Bernal Torres, César Augusto, autor Metodología de la investigación: para administración y economía, humanidades y ciencias sociales / México: Pearson Educación, 2006</p> <p><a href="http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1F19TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-11467?func=full-set-set&amp;set_number=916137&amp;set_entry=000100&amp;format=999">http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1F19TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-11467?func=full-set-set&amp;set_number=916137&amp;set_entry=000100&amp;format=999</a></p>

Investigación cualitativa en ciencias sociales: temas, problemas y aplicaciones / Buenos Aires, Argentina: Cengage Learning, c2009 [http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-09427?func=full-set-set&set\\_number=916137&set\\_entry=000059&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-09427?func=full-set-set&set_number=916137&set_entry=000059&format=999)

Lara Muñoz, Erica María, autor Fundamentos de investigación: un enfoque por competencias / México, D. F.: Alfaomega, 2011 [http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-19237?func=full-set-set&set\\_number=915839&set\\_entry=000002&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-19237?func=full-set-set&set_number=915839&set_entry=000002&format=999)

#### **Bases de datos científicas de artículos indexados**

Dirección General de Bibliotecas: [www.dgb.unam.mx](http://www.dgb.unam.mx)

Redalyc: <http://www.redalyc.org/home.oa>

Latindex: <http://www.latindex.unam.mx/>

Scielo: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php>

The internet Encyclopedia of Philosophy (<http://www.iep.utm.edu/>)

Stanford Encyclopedia of Philosophy (<http://plato.stanford.edu/>)



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Teoría de la Administración y de la Organización

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración de Organizaciones, Administración de Sistemas de Salud, Administración de Negocios Internacionales, Administración Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones, Administración de Autotransporte de Pasajeros, Administración del Deporte, Administración de Restaurantes, Administración del Turismo.		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso ( x ) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( )</b>	<b>Tipo</b>	<b>T ( X )</b>	<b>P ( )</b>	<b>T/P ( )</b>
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio ( X ) Optativo ( )</b> <b>Obligatorio E ( ) Optativo E ( )</b>		<b>Horas</b>		
<b>Duración del programa: 16 semanas</b>			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas: 3</b>	<b>Teóricas: 48</b>	
			<b>Prácticas: 0</b>	<b>Prácticas: 0</b>	
			<b>Total : 3</b>	<b>Total : 48</b>	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( X )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Comprender el marco teórico en el que se inscriben tanto los estudios de la administración como los de la organización, así como la forma en la que el entorno afecta en el comportamiento y en la toma de decisiones organizacionales.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Conocer cada una de las corrientes del pensamiento administrativo y principios en el que se sustenta la disciplina de la Administración.	

Identificar los principales hechos que dan lugar al surgimiento de la Teoría de la organización, así como la forma en que ésta se ha desarrollado.

Analizar los subsistemas que integran el sistema organizacional, así como los factores que le afectan en su desempeño.

Comparar la organización con sistemas tales como: gobierno, cárcel psíquica, medio de dominación y cultura.

Comprender el entorno y la forma en que éste afecta en la toma de decisiones de la organización.

Conocer cuál es la composición demográfica para que la organización pueda identificar los recursos con los que cuenta para su desempeño.

Pensar la administración de las organizaciones en función de los valores humanos paralelamente con los valores económicos a fin de favorecer la colaboración y la cooperación de sus integrantes.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Marco teórico de la administración	9	0
<b>2</b>	Evolución de la teoría de la Organización	6	0
<b>3</b>	Enfoque sistémico de las organizaciones	6	0
<b>4</b>	Analogías de la organización	9	0
<b>5</b>	La organización y sus componentes	9	0
<b>6</b>	La administración y otros valores	9	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Marco teórico de la administración 1.1 La Administración 1.2 Filosofía de la administración 1.3 Conceptualización 1.4 Los enfoques de la administración. Diálogo con los clásicos 1.5 Principios de la administración 1.6 Los roles del administrador 1.7 Administración y calidad de vida 1.8 Mitos y realidades de la investigación en Administración 1.9 Investigación de la administración en México
<b>2</b>	Evolución de la Teoría de la Organización 2.1 Conceptualización 2.2 Grupos de investigación en Organizaciones 2.2.1 De Elton Mayo a Henry Mintzberg 2.3 La administración y los modelos competitivos 2.3.1 Japón 2.3.2 Corea del Sur 2.3.3 Alemania 2.3.4 Suecia 2.3.5 India
<b>3</b>	Enfoque sistémico de las organizaciones 3.1 La organización como sistema 3.1.1 Características de los sistemas 3.2 Los subsistemas 3.2.1 Metas y valores 3.2.2 Técnico 3.2.3 Administrativo 3.2.4 Humano 3.3 Actualidad del estudio sistémico de las organizaciones 3.4 La auto organización 3.5 Los factores

	3.5.1 Económico-financiero 3.5.2 Tecnológico 3.5.3 Social-cultural 3.5.4 Político 3.5.5 Ecológico
4	Analogías de la organización 4.1 La organización como gobierno 4.2 La organización como cárcel psíquica 4.3 La organización como medio de dominación 4.4 La organización como cultura 4.5 La organización como escuela que aprende
5	La organización y sus componentes 5.1 La demografía 5.2 La comunicación 5.3 El poder 5.4 La motivación 5.5 El clima 5.6 El teletrabajo 5.7 El conflicto 5.8 La ética 5.9 El conocimiento y la dinámica de la innovación
6	La administración y otros valores 6.1 El humanismo 6.2 La cultura, clima y calidad de las relaciones 6.3 La creatividad 6.4 La solidaridad 6.5 La pertinencia del conocimiento

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( X )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

**Línea de investigación:** Organizaciones, Sistemas de Salud, Negocios Internacionales, Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones

**Perfil Profesiográfico**

**Grado académico:** Maestría o Doctorado

<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia docente y/o de investigación.
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente

#### **Bibliografía básica:**

- Aktouf, O. (2009). *La administración entre la tradición y la renovación*. Colombia: U. Libre de Cali.
- Etkin, J. (2013). *Brechas éticas en las organizaciones*. México: Cengage Learning.
- Harmon, M., & Mayer, R. (2005). *Teoría de la Organización para la Administración Pública (reimpresión)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Jones, G. (2014). *Administración Contemporánea*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Kast, F., & Rosenzweig, J. (2004). *Administración en las organizaciones. Enfoque de sistemas y contingencias*. México: McGraw-Hill.
- Luhman, N. (2010). *Organización y decisión*. México: Herder.

#### **Bibliografía complementaria**

- Hodge B. J., A. (2013). *Teoría de la Organización. Un enfoque estratégico*. España: Pearson.
- Gutiérrez, P. C. (2011). *Avatares del estudio de las organizaciones. Tomo I. Perspectivas Teórico metodológicas*. México: Fontamara.
- Martínez, J. A. (2011). *Avatares del estudio de las organizaciones. Tomo II. Estudios de caso*. México: Fontamara .

#### **Recursos electrónicos**

- Menchén Bellón, Francisco, autor (2009), *La creatividad y las nuevas tecnologías en las organizaciones modernas* Madrid; México: Díaz de Santos,  
[http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-26557?func=full-set-set&set\\_number=916534&set\\_entry=000005&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-26557?func=full-set-set&set_number=916534&set_entry=000005&format=999)
- Mintzberg, Henry (2009). *What Managers Really Do?* "Recuperado el 15 de Agosto de 2014  
<http://www.mintzberg.org/sites/default/files/mgrsreallydo.pdf>
- Negrete, M. A.B. (2001). Reseña de "Nuevos rumbos en la teoría de la organización" de Jeffrey Pfeffer, "Recuperado el 15 de Agosto de 2014" <http://www.redalyc.org/pdf/395/39520307.pdf> En revista de Contaduría y Administración, México, núm. 203, octubre-diciembre
- Jones, Gareth R., autor. (2008). *Teoría organizacional, diseño y cambio en las organizaciones* /México: Pearson Educación  
[http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-35892?func=full-set-set&set\\_number=916635&set\\_entry=000032&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-35892?func=full-set-set&set_number=916635&set_entry=000032&format=999)
- Levy, Alberto, autor. (2009) *Empuje estratégico: dinámica organizacional para la innovación, la competitividad y el crecimiento* / Buenos Aires ; México: Granica,  
[http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-05525?func=full-set-set&set\\_number=917071&set\\_entry=000022&format=999](http://librunam.dgbiblio.unam.mx:8991/F/QU9DCESEGG1FI9TSB3RR1VDHB7V267FAYYHMYP6K4B5MVMLB5Q-05525?func=full-set-set&set_number=917071&set_entry=000022&format=999)
- Zalazar, Ricardo Juan (s/f). *Introducción a la administración: paradigmas en las organizaciones* "Recuperado el 15 de Agosto de 2014 <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1090/aprende.html>

**Maestría en Administración**

**Administración del Turismo**

**Actividades académicas obligatorias de elección**



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Fundamentos del Turismo

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( X ) <b>Optativo E</b> ( )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48	
			<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0	
			<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna</b> ( X )	
<b>Obligatoria</b> ( X )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Conocer las bases teórico conceptuales del turismo, identificar los elementos relacionados con el sector, así como reconocer los componentes de la actividad turística, con una visión amplia y crítica que ayude a su desenvolvimiento dentro del ámbito del turismo.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Conocer los conceptos básicos del sector turístico y su estructura. Identificar los diferentes tipos de turismo existentes, así como comprender la integración y clasificación de la oferta y demanda turística. Conocer la estructura del turismo a nivel nacional e internacional.	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Aspectos básicos del turismo	8	0
2	Carácter multidisciplinario y el sistema turístico	10	0
3	Oferta turística	10	0
4	Demanda turística	10	0
5	El Turismo a nivel internacional y nacional	10	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	<p>Aspectos básicos del turismo</p> <p>1.1. Introducción</p> <p>1.2. Definición de términos</p> <p>1.2.1. Tour</p> <p>1.2.2. Turista</p> <p>1.2.3. Excursionista</p> <p>1.2.4. Visitante</p> <p>1.2.5. Viajero</p> <p>1.2.6. Turismo</p> <p>1.3. La evolución del concepto turismo</p> <p>1.3.1. Conceptualización desde el punto de vista del ocio</p> <p>1.3.2. Conceptualización desde el punto de vista del tiempo libre</p> <p>1.3.3. Conceptualización desde el punto de vista del tiempo obligado</p> <p>1.4. Evolución histórica del turismo</p> <p>1.5. Clasificaciones del turismo</p> <p>1.5.1. Por su ámbito geográfico</p> <p>1.5.1.1. Doméstico o nacional</p> <p>1.5.1.2. Internacional</p> <p>1.5.1.3. Intrarregional</p> <p>1.5.2. Según el origen y destino</p> <p>1.5.2.1. Receptivo</p> <p>1.5.2.2. Interno</p> <p>1.5.2.3. Egresivo</p> <p>1.5.3. Según la organización</p> <p>1.5.3.1. Organizado</p> <p>1.5.3.2. No organizado</p> <p>1.5.4. Según la duración</p> <p>1.5.4.1. Excursionistas</p> <p>1.5.4.2. Permanencia breve</p> <p>1.5.4.3. Permanencia corta</p> <p>1.5.4.4. Permanencia mediana y larga</p> <p>1.5.5. Según la edad</p> <p>1.5.5.1. Categoría infantil: de 0 a 12 años</p> <p>1.5.5.2. Adolescentes y jóvenes: de 13 a 25 años</p> <p>1.5.5.3. Adultos: de 26 a 45 años</p> <p>1.5.5.4. Adultos: de 46 a 65 años</p> <p>1.5.5.5. Adultos mayores de edad: más de 65 años</p> <p>1.5.6. Según el medio de transporte</p> <p>1.5.6.1. Transporte terrestre</p> <p>1.5.6.2. Transporte acuático</p> <p>1.5.6.3. Transporte aéreo</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.5.7. Por volumen de turistas y sus ingresos <ul style="list-style-type: none"> <li>1.5.7.1. Turismo social</li> <li>1.5.7.2. Turismo masivo</li> <li>1.5.7.3. Turismo selectivo</li> </ul> </li> <li>1.5.8. Según las motivaciones <ul style="list-style-type: none"> <li>1.5.8.1. Turismo cultural</li> <li>1.5.8.2. turismo deportivo</li> <li>1.5.8.3. Turismo de placer o recreo</li> <li>1.5.8.4. Turismo de salud</li> <li>1.5.8.5. Turismo de negocios <ul style="list-style-type: none"> <li>1.5.8.5.1. Turismo de congresos y convenciones</li> <li>1.5.8.5.2. Viajes de incentivos</li> <li>1.5.8.5.3. Ferias y exposiciones</li> </ul> </li> <li>1.5.8.6. Turismo naturalista <ul style="list-style-type: none"> <li>1.5.8.6.1. Turismo de naturaleza suave (soft nature)</li> <li>1.5.8.6.2. Turismo de naturaleza fuerte (bard nature)</li> <li>1.5.8.6.3. Ecoturismo</li> </ul> </li> <li>1.5.8.7. Turismo sustentable</li> <li>1.5.8.8. Otros tipos de turismo <ul style="list-style-type: none"> <li>1.5.8.8.1. Turismo de aventura</li> <li>1.5.8.8.2. Turismo de alternativo</li> <li>1.5.8.8.3. Turismo libertino</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>1.6. Aspectos psicosociales del turismo</li> </ul>
<b>2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Carácter multidisciplinario y el sistema turístico</li> <li>2.1. Carácter multidisciplinario <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1.1. Turismo y ciencia</li> <li>2.1.2. Turismo e industria</li> <li>2.1.3. Turismo y otras disciplinas <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1.3.1. Investigación y educación <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1.3.1.1. Oferta turística</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li> <li>2.2. El Sistema turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.1. Concepto</li> <li>2.2.2. Elementos del sistema <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.2.1. Espacio geográfico <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.2.2. La oferta</li> <li>2.2.2.3. La demanda</li> <li>2.2.2.4. Los operadores del mercado</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>2.2.3. Funcionamiento del sistema turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.3.1. Ruta de tránsito</li> <li>2.2.3.2. Región de origen o emisora</li> <li>2.2.3.3. Región de destino</li> <li>2.2.3.4. Elemento económico</li> <li>2.2.3.5. Elemento dinámico</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oferta turística</li> <li>3.1. Definición de la oferta turística</li> <li>3.2. Clasificación de la oferta turística <ul style="list-style-type: none"> <li>3.2.1. Primordial o básica</li> <li>3.2.2. Complementaria</li> </ul> </li> <li>3.3. Componentes de la oferta turística <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.1. Atractivo Turístico</li> <li>3.3.2. Patrimonio Turístico</li> <li>3.3.3. Producto Turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.3.1. Concepto</li> <li>3.3.3.2. Clasificación</li> </ul> </li> <li>3.3.4. Recursos turísticos (naturales, culturales, otros)</li> <li>3.3.5. Planta turística</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.5.1. Equipamiento turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.5.1.1. Alojamiento</li> <li>3.3.5.1.2. Alimentación</li> <li>3.3.5.1.3. Esparcimiento</li> <li>3.3.5.1.4. Otros servicios</li> </ul> </li> <li>3.3.5.2. Instalaciones turísticas <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.5.2.1. Instalaciones de agua y playa</li> <li>3.3.5.2.2. Instalaciones de montaña</li> <li>3.3.5.2.3. Instalaciones generales</li> </ul> </li> <li>3.3.6. La infraestructura turística <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.6.1. Accesibilidad</li> <li>3.3.6.2. Acueducto</li> <li>3.3.6.3. Electricidad</li> <li>3.3.6.4. Comunicaciones</li> <li>3.3.6.5. Otras Obras</li> </ul> </li> <li>3.3.7. Los servicios complementarios</li> <li>3.4. Servicios Turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>3.4.1. Servicios de alojamiento</li> <li>3.4.2. Servicios de transporte de pasajeros <ul style="list-style-type: none"> <li>3.4.2.1. Transporte aéreo</li> <li>3.4.2.2. Transporte ferroviario</li> <li>3.4.2.3. Transporte por carretera</li> <li>3.4.2.4. Líneas marítimas y cruceros</li> </ul> </li> <li>3.4.3. Servicios de provisión de alimentos y bebidas.</li> <li>3.4.4. Servicios de Intermediación <ul style="list-style-type: none"> <li>3.4.4.1. Agencias de viajes</li> <li>3.4.4.2. Centrales de reservas</li> <li>3.4.4.3. Tour-operadores</li> <li>3.4.4.3. Otros</li> </ul> </li> <li>3.4.5. Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento.</li> <li>3.4.6. Otros Servicios turísticos</li> </ul> </li> <li>3.5. Análisis de la oferta turística</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demanda turística <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Definición de la demanda turística</li> <li>4.2. Clasificación de la demanda <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1. Demanda real</li> <li>4.2.2. Demanda potencial</li> <li>4.2.3. Demanda nacional</li> <li>4.2.4. Demanda internacional</li> <li>4.2.5. Demanda de corta estancia</li> <li>4.2.6. Demanda de larga estancia</li> <li>4.2.7. Demanda pasiva</li> <li>4.2.8. Demanda activa</li> <li>4.2.9. Otros tipos de demanda</li> </ul> </li> <li>4.3. Características de la demanda <ul style="list-style-type: none"> <li>4.3.1. Forma de viaje</li> <li>4.3.2. Medios de arribo</li> <li>4.3.3. Residencia y procedencia</li> <li>4.3.4. Concentración geográfica</li> <li>4.3.5. Estancia promedio</li> <li>4.3.6. Tipos de gasto</li> <li>4.3.7. Distribución del gasto</li> <li>4.3.8. Derrama económica</li> <li>4.3.9. Temporalidad</li> <li>4.3.10. Otras características de la demanda</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>4.4. Motivación y comportamiento de la demanda</li> </ul>

	<p>4.5. Factores que determinan la resistencia a viajar</p> <p>4.5.1. Distancia económica</p> <p>4.5.2. Distancia cultural</p> <p>4.5.3. Costo de los servicios</p> <p>4.5.4. Calidad del servicio</p> <p>4.5.5. Estacionalidad</p> <p>4.5.6. Accesibilidad</p> <p>4.5.7. Motivo del viaje</p> <p>4.5.8. Otros</p> <p>4.6. Medición de la demanda</p> <p>4.6.1. Número de los arribos</p> <p>4.6.2. Estancia promedio</p> <p>4.6.3. Gasto promedio</p> <p>4.6.4. Otras formas de medición</p> <p>4.7. Análisis de la Demanda turística</p>
5	<p>El Turismo a nivel internacional y nacional</p> <p>5.1. La Superestructura turística</p> <p>5.1.1. Ámbito geográfico</p> <p>5.1.2. Participación</p> <p>5.1.3. Actividad</p> <p>5.2. Organizaciones turísticas a nivel Internacional</p> <p>5.2.1. Organización Mundial de Turismo (OMT)</p> <p>5.2.2. Consejo Mundial de Turismo y Viajes (WTTC)</p> <p>5.2.3. Organización de Aviación Civil Internacional (ICAO)</p> <p>5.2.4. Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA)</p> <p>5.2.5. Asociación de Viajes del Pacífico y Asia (PATA)</p> <p>5.2.6. Federación Universal de la Asociación de Agencias de Viajes (UFTAA)</p> <p>5.2.7. Otros Organismo Internacionales</p> <p>5.3. Organizaciones Turísticas a nivel Nacional</p> <p>5.3.1. Secretaría De Turismo (SECTUR)</p> <p>5.3.2. Consejo de Promoción Turística en México (CPTM)</p> <p>5.3.3. Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)</p> <p>5.3.4. Otros organismo nacionales</p> <p>5.4. Magnitud y crecimiento de la industria turística</p> <p>5.5. Tendencias del mercado turístico</p> <p>5.6. Nuevos Retos del sector turístico</p>

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o investigación.
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente

**Bibliografía básica**

Guerrero González, P. y Ramos, Mendoza J. (2011), *Introducción al turismo*, México, Editorial Patria.

Molina, S. (2007), *Fundamentos del nuevo turismo de la fase industrial a la innovación*, México, Editorial Trillas.

Narayan, S. y Kumar S. (2008), *Basics of Tourism Management*, New Delhi, Editorial Excel Books.

Olmos Juárez, Lourdes y Rafael García Cebrián, *Estructura del mercado turístico*, editorial Paraninfo, España, 2011.

Panosso Netto, A. y Lohmann, G. (2012), *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*, México, Editorial Trillas.

Puerta, X. (2007), *Gestión del ocio en el ámbito turístico*, España, Editorial Síntesis.

Santamaría, A. y Flores, S. (2012), *Escenarios de violencia e inseguridad en los destinos turísticos*. Mazatlán como estudio de caso, México, Editorial UAS.

**Bibliografía complementaria**

Bull, A. (1994), *La economía del sector turístico*, Madrid, Editorial Alianza.

Cabarcos, N. (2006), *Promoción y venta de servicios turísticos, Comercialización y servicios turísticos*, España, Editorial Ideas Propias.

Mathieson, A. y Wall, G. (1990) *Turismo, repercusiones económicas, físicas y sociales*, México, Editorial Trillas.

Mcintosh, Ch., Goeldner, J. y Brent R. (1999), *Turismo, planeación, administración y perspectivas*, México, Editorial Limusa.

Mirabell, I. y Oriol (coord.), (2010), *Gestión pública del Turismo*, Barcelona, Editorial UOC.

Molina, S. (1991), *Conceptualización del turismo*, México, Editorial Limusa.

Montaner Montejano, J. (1991), *Estructura del mercado turístico*, Madrid, Editorial Síntesis.

Quesada, Castro, R. (2000), *Elementos del turismo, Teoría, clasificación y actividad*, Costa Rica, Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Ramírez Blanco, M. (1994), *Teoría General de Turismo*, México, Editorial Diana.

**Recursos Electrónicos**

Balslev Clausen, H. & Velázquez, M. A. (2013). El turismo. Aproximación general. *Diálogos Latinoamericanos*, 21, pp. 5-8. Recuperado 16 de octubre 2014 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16229723001>

Cámara de Diputados Del H. Congreso De La Unión. (2009, 17 de junio). "Ley General de Turismo". Diario Oficial de la Federación, DOF 08-04-2013, México. Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT.pdf>

Dachary, A. C. & Arnaiz Bume, S. M. (2004). *Globalización y turismo, ¿dos caras de una misma moneda? Estudios y Perspectivas en Turismo*, 13, pp. 303-315. Recuperado 16 de octubre 2014, de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n3-4a07.pdf>

Organización Mundial de Turismo, (OMT) <http://www2.unwto.org/es>

Propín Frejomil, E. & Sánchez Crispín, A. (2002). *Estructura regional del turismo en México. Éria, Revista cuatrimestral de geografía*, (59), pp. 386-394. Recuperado 16 de octubre de 2014, <http://www.unioviado.es/reunido/index.php/RCG/article/view/1430/1346>

Propín Frejomil, E. & Sánchez Crispín, A. (2007). *Tipología de los destinos turísticos preferenciales en México. Cuadernos de Turismo*, (19), pp. 147-166. Recuperado el 16 de octubre <http://revistas.um.es/turismo/article/view/13771/13301>



Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com/>

Secretaría de Turismo, (ST) <http://www.sectur.gob.mx/>

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) <http://www.semarnat.gob.mx/>

Planificación y Dirección Estratégica de Organizaciones Turísticas

	<p><b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b>  <b>PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN</b>  <b>MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN</b></p>	
---	--	---

**Programa de Actividad Académica:** Planificación y Dirección Estratégica de Organizaciones Turísticas

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	Curso ( ) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( )	<b>Tipo</b>	T ( X )	P ( )	T/P ( )
<b>Carácter:</b>	Obligatorio ( ) Optativo ( ) Obligatorio E ( X ) Optativo E ( )		<b>Horas</b>		
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			Teóricas: 3	Teóricas: 48	
			Prácticas: 0	Prácticas: 0	
			Total: 3	Total: 48	

<b>Seriación</b>	
Ninguna ( x )	
Obligatoria ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
Indicativa ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Analizar la viabilidad de las estrategias que le permitan realizar una ejecución óptima de los procesos de planificación y dirección estratégica en las organizaciones turísticas, así como identificar los proceso del control y el establecimiento de estándares, indicadores que permitan aplicar las correcciones a la gestión	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Identificar los diferentes tipos de empresas turísticas, así como la estructuras orgánicas de las mismas, para determinar que estrategias deben ser implementadas Reconocer los diferentes tipos de grupos estratégicos del sector, así como desarrollar las ventajas competitiutvas de las empresas de este sector.	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la planificación y dirección estratégica	6	0
<b>2</b>	El proceso de planificación estratégica en el sector turístico	8	0
<b>3</b>	Análisis del sector turístico	8	0
<b>4</b>	Estrategias y ventajas competitivas de las organizaciones turísticas	6	0
<b>5</b>	Dirección estratégica en las organizaciones turísticas	8	0
<b>6</b>	Control de gestión	6	0
<b>7</b>	El control estratégico a través del cuadro de mando integral	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la planificación y dirección estratégica 1.1 Las organizaciones en el sector turístico 1.1.1 Diferentes tipos de organizaciones turísticas 1.1.1.1 Iniciativa pública 1.1.1.2 Iniciativa privada 1.1.1.3 Mixta 1.1.2 Estructura de las organizaciones turísticas 1.1.3 Funciones 1.2 La estrategia 1.2.1 Concepto 1.2.2 Elementos y niveles de la estrategia 1.2.3 Importancia de la estrategia en el sector turístico 1.3 El proceso y fases de la dirección estratégica 1.4 Aplicaciones de la estrategia en las organizaciones del sector turístico 1.5 La planificación estratégica 1.5.1 Concepto y elementos de la planificación 1.5.2 Importancia de la planificación en el sector turístico 1.5.3 La planificación como instrumento de desarrollo turístico 1.5.4 Enfoques de la planificación turística 1.5.6 Ámbitos de la planificación turística (nacional, regional, internacional, estatal y local) 1.6 El papel del Estado en la planificación estratégica
<b>2</b>	El proceso de planificación estratégica en el sector turístico 2.1 Implementación de una metodología integral 2.2 Estructura y aspectos técnicos de la planificación integral del turismo 2.2.1 Diagnostico situacional del entorno turístico 2.2.2 Formulación de escenarios 2.2.3 Definición de Objetivos 2.2.4 Determinación de estrategias de desarrollo turístico 2.2.5 Determinación de instrumentos de planificación 2.2.6 Programación de las acciones 2.2.7 Fijación del presupuesto 2.2.8 Ejecución 2.2.9 Evaluación 2.3 Planificación Prospectiva 2.3.1 Fundamentos de los métodos prospectivos 2.3.2 Tipos de escenarios 2.3.3 La técnica Delfos como instrumento de la planificación prospectiva
<b>3</b>	Análisis del sector turístico 3.1 Análisis externo del sector turística 3.1.1 Análisis del entorno de las organizaciones turísticas

	<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1.2 Análisis sectorial</li> <li>3.1.3 Grupos estratégicos del sector turístico</li> <li>3.1.4 Análisis de los <i>stakeholders</i></li> <li>3.1.5 Ciclo de vida del sector turístico</li> <li>3.2 Análisis interno del sector turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>3.2.1 Diagnóstico estratégico de la empresa turística</li> <li>3.2.2 El perfil estratégico de la empresa turística</li> <li>3.2.3 Análisis de los recursos de las organizaciones turística</li> <li>3.2.4 Análisis de las capacidades de las organizaciones turísticas</li> </ul> </li> </ul>
<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategias y ventajas competitivas de las organizaciones turísticas</li> <li>4.1 La ventaja y estrategias competitivas</li> <li>4.2 Clasificación de las ventajas y estrategias <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1 Funcionales</li> <li>4.2.2 Competitivas</li> <li>4.2.3 Corporativas</li> <li>4.2.4 Integración Vertical/Horizontal</li> <li>4.2.5 Internacionalización</li> <li>4.2.6 Cooperación</li> <li>4.2.7 Otros</li> </ul> </li> <li>4.3 El mantenimiento de la ventaja competitiva</li> <li>4.4 Instrumentos para la evaluación de las estrategias <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.1 Analysis DAFO</li> <li>4.4.2 Benchmarking</li> <li>4.4.3 Análisis del futuro de la empresa turística (prospectiva-escenarios)</li> <li>4.4.4 El análisis de la cadena de valor</li> <li>4.4.5 Análisis de sensibilidad</li> </ul> </li> <li>4.5 Criterios para la elección de una estrategia <ul style="list-style-type: none"> <li>4.5.1 Análisis de adecuación</li> <li>4.5.2 Análisis costo-beneficio</li> <li>4.5.3 Valoración del riesgo</li> <li>4.5.4 Análisis de la viabilidad financiera</li> <li>4.5.5 Análisis de la viabilidad legal</li> <li>4.5.6 Acceso a los recursos</li> <li>4.5.7 La cultura organizacional</li> <li>4.5.8 Impacto ambiental</li> <li>4.5.9 Otros</li> </ul> </li> <li>4.6 Matrices de cartera o matrices estratégicas</li> <li>4.7 Implementación de la estrategia en el sector turístico</li> </ul>
<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirección estratégica en las organizaciones turísticas</li> <li>5.1 La dirección y el factor humano <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1.1 Las teorías motivacionales y los modelos de comportamiento del personal</li> <li>5.1.2 La personalidad del personal y directivos</li> </ul> </li> <li>5.2 Estilos de dirección: características y tipos <ul style="list-style-type: none"> <li>5.2.1 Estilo tradicional <ul style="list-style-type: none"> <li>5.2.1.1 Sistema carismático</li> <li>5.2.1.2 Sistema patriarcal</li> <li>5.2.1.3 Sistema autocrático</li> <li>5.2.1.4 Sistema burocrático</li> </ul> </li> <li>5.2.1 Estilo de Lewin</li> <li>5.2.1 Sistema autoritario</li> <li>5.2.2 Sistema democrático</li> <li>5.2.3 Sistema <i>laissez-faire</i> o liberal</li> <li>5.2.4 Otros</li> </ul> </li> <li>5.4 Principios para la adopción de sistemas eficaces</li> <li>5.5 Comunicación y liderazgo</li> </ul>
<b>6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Control de gestión</li> <li>6.1 Concepto y función de control de gestión</li> <li>6.2 Principios básicos del control de gestión</li> </ul>

	6.3 Niveles de control de gestión 6.4 Sistemas de información e indicadores utilizados en el control estratégico 6.5 El proceso de control de gestión 6.5.1 Establecimiento de estándares 6.5.2 Medición de los resultados 6.5.3 Corrección de desviaciones 6.6 Interrelación entre los diferentes niveles de control 6.7 Problemas de gestión en las organizaciones turísticas y la respuesta directiva
7	El control estratégico a través del cuadro de mando integral 7.1 Cuadro de mando integral o Balanced Scorecard: Concepto 7.2 Objetivos estratégicos del cuadro de mando integral 7.3 Perspectivas del cuadro de mando integral 7.4 Indicadores 7.5 Proceso para el diseño e implantación de un cuadro de mando integral en turismo

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( X )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente
<b>Bibliografía básica</b>	
<p>Beech, J. y Chadwick, S. (eds.), (2006), <i>Problemas específicos de gestión en las diversas empresas turísticas</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Almeida, M. y Martín Castilla, J., (2009), <i>Dirección estratégica en el sector turístico</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Bayón Mariné, F., e Martín Rojo, I., (2004), <i>Operaciones y procesos de producción en el sector turístico</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Beech, J. y Chadwick, S., (eds.), (2006), <i>Modernización y calidad en la administración del turismo</i>, España, Editorial Síntesis</p> <p>Casanueva Rocha, C. y Gallegos Águeda, M., (2012), <i>Dirección estratégica de organizaciones turísticas</i>, Madrid, Editorial Pirámide.</p>	

Crosby (ed.), A., *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales-naturales*, Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística, Madrid.

Evans Nigel, C., Stonehouse, G., (2012), *Strategic Management for Travel and Tourism*, Massachusetts, Taylor & Francis.

Kotler, P., Bowen, Makens, (2011), *Marketing para turismo*, Editorial Pearson-Prentice Hall.

Miralbell Izard O., (2010), *Gestión pública del turismo*, Barcelona, Editorial UOC.

Muñiz González, L., (2013), *Como implantar y evaluar un sistema de control de gestión*, España, Editorial Profit.

Pender, L., Sharpley, R. (eds.), (2005), *The Management of Tourism*, London, Sage.

Torres Sánchez, M., (2004), *El establecimiento hotelero, la empresa hotelera, técnicas de dirección y legislación aplicable*, España, Editorial Ideas propias.

#### **Bibliografía complementaria**

Acerenza, M., (1985), *Administración del Turismo, Planificación y Dirección*, México, Editorial Trillas.

Bote Gómez, V., (1990), *Planificación económica del Turismo*, México, Editorial Trillas.

Brenes Bonilla, L. (2003), *Dirección Estratégica para organizaciones inteligentes*, Costa Rica, Editorial EUNED.

García Villa, A., (1984), *Planificación y evaluación del Turismo*, México, Editorial Limusa.

García Villa, A., (1992), *La planificación de centros turísticos de México*, México, Editorial Limusa.

Hernández Díaz, E., (1992), *Planificación Turística, Un enfoque metodológico*, México, Editorial Trillas.

Huertas García, R. y Domínguez Galcerán, R., (2008), *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*, España, Editorial Universidad de Barcelona.

Macintosh, R., Goeldner, C., (1999), *Turismo, planeación, administración y perspectivas*, México, Editorial Limusa.

Martín Rojo, I., (2000), *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*, España, Editorial Pirámide.

Molina E, S., y Rodríguez A., (1991), *Planificación Integral del Turismo, un enfoque para Latinoamérica*, México, Editorial Trillas

Ramírez Cavassa, C., (1993), *Gestión Administrativa para Empresas Turísticas*, México, Editorial Trillas.

Schulte, S., (2003) *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo*, Chile, United Nations Publications.

#### **Recursos electrónicos**

Lacosta Aragüés, A. J. (2005). Los instrumentos de planificación y gestión turística en el ámbito local aproximación a su implantación y desarrollo en Aragón. *Economía aragonesa*, (26), pp. 96-133. Recuperado de <http://www.ibercaja.es/revista/de000126.pdf?de000126.pdf>

Lazzetta Di Stasio, E. (2003). Planificación e intervención turística en frentes de agua, *Estudios turísticos*, (158), pp. 109-126. Recuperado de <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-158-2003-pag109-126-91953.pdf>

Mínguez García, M. del C. (2007). Planificación y Gestión Turística en destinos patrimoniales, el caso del Real Sitio de San Lorenzo de El Escorial (Comunidad de Madrid). *Anales de geografía de la Universidad Complutense*, 27(1), pp. 83-102. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2385951>

Aliu, A. (2011). Proyección y planificación estratégica en la industria turística. Enfoque comparativo y modelo híbrido". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, pp. 1324 – 1344. Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V20/N06/v20n6a06.pdf>

Ávila Bercial, R. & Barrado Timón, D. A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de turismo*, (15), pp. 27-44. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1302199>

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Gestión Económica y Financiera del Turismo

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( X ) <b>Optativo E</b> ( )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
		<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48		
		<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0		
		<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48		

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna</b> ( x )	
<b>Obligatoria</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Conocer las bases teóricas y lineamientos de la gestión económica y financiera del sector turístico y será capaz de aplicar las técnicas y herramientas económico-financieras para la gestión eficiente de una organización turística.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de:	
Identificar la terminología específica de las finanzas empresariales así como analizar y diagnosticar la situación financiera y económica de la empresa turística.	
Identificar el papel del director financiero en la empresa, así como conocer el funcionamiento de las principales técnicas y herramientas para diagnosticar la situación financiera de la empresa turística y su interpretación.	
Calcular los ratios más significativos y su aplicación en el análisis económico y financiero de una empresa.	
Conocer las fuentes financieras a las que la empresa turística puede tener acceso.	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la gestión económica y financiera del turismo	3	0
<b>2</b>	Estructura económica y financiera de la empresa turística	6	0
<b>3</b>	Gestión económico financiera del sector público turístico	4	0
<b>4</b>	Gestión económico financiera de proyectos turísticos	6	0
<b>5</b>	La planificación económica y financiera en el sector turístico	6	0
<b>6</b>	Análisis de los estados financieros del sector turístico	6	0
<b>7</b>	Rentabilidad y costos de la empresa turística	6	0
<b>8</b>	La financiación en el sector turístico	6	0
<b>9</b>	Las inversiones en el sector turístico	5	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la gestión económica y financiera del turismo 1.1 Conceptos básicos 1.1.1 Gestión económica 1.1.2 Gestión financiera 1.2 La gestión económica y financiera del turismo en el sector público y privado 1.3 Importancia de la gestión económica y financiera en el sector turístico 1.4 El concepto de empresa turística desde el enfoque económico y financiero 1.5 Función económica y financiera de la empresas turística 1.6 Estructura y organización del área económico-financiera de la empresa turística 1.7 Los objetivos económicos y financieros de la empresa turística 1.7.1 Crecimiento del beneficio 1.7.2 Liquidez Disponible 1.7.3 Maximización de la Rentabilidad Financiera 1.7.4 Maximización del valor de la empresa 1.7.5 Otros
<b>2</b>	Estructura económica y financiera de la empresa turística 2.1 Estructura económica de la empresa turística 2.1.1 El activo fijo en el sector turístico 2.1.2 El activo circulante en el sector turístico 2.1.2.1 Los ciclos operativos, de explotación o del ejercicio 2.1.2.1.1 Empresas turísticas comerciales 2.1.2.1.2 Empresas turísticas industriales 2.1.2.1.3 Empresas turísticas de servicios 2.1.2.2 Cálculo de del activo circulante necesario o previsional 2.2 Estructura financiera de la empresa turística 2.2.1 Pasivo fijo en el sector turístico 2.2.2 Pasivo circulante en el sector turístico 2.3 Capital circulante 2.4 Fondo de maniobra 2.5 Gestión de tesorería 2.6 Las reglas financieras 2.6.1 Regla de equilibrio financiero mínimo (regla de oro) 2.6.2 Regla de seguridad 2.7 Diagnóstico de la posición económica y financiera en el mercado 2.8 Operación y desarrollo
<b>3</b>	Gestión económico financiera del sector público turístico 3.1 Conceptos básicos 3.1.1 Finanzas públicas

	<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1.2 Economía del sector Público</li> <li>3.2 Función económica y financiera del sector público turístico</li> <li>3.3 Organismos del sector público turístico</li> <li>3.4 Los objetivos económicos y financieros del sector público turístico</li> <li>3.5 Estructura económico financiera del sector público del Turismo</li> <li>3.5.1 Organismos económicos y financieros nacionales</li> <li>3.5.2 Organismos económicos y financieros regionales</li> <li>3.6 El gasto público en el sector turístico</li> <li>3.7 La deuda pública</li> <li>3.8 La cuenta pública</li> <li>3.9 Indicadores económicos del sector público turístico</li> <li>3.9.1 Producto interno bruto turístico</li> <li>3.9.2 Consumo turístico interior</li> <li>3.9.3 Índice de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas</li> <li>3.9.4 Empleo en el sector turístico</li> <li>3.9.5 Inversión privada en el sector turístico</li> <li>3.9.6 Balanza Turística</li> </ul>
<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión económico financiera de proyectos turísticos</li> <li>4.1 Concepto y características del proyecto turístico</li> <li>4.2 Importancia del proyecto turístico</li> <li>4.3 El proyecto turístico como instrumento de gestión económico-financiera</li> <li>4.4 Etapas de la gestión económico-financiera de proyectos turísticos</li> <li>4.4.1 Identificación del proyecto turístico</li> <li>4.4.2 Formulación del proyecto turístico</li> <li>4.4.3 Valoración del proyecto turístico</li> <li>4.4.4 Evaluación y desarrollo del proyecto turístico</li> </ul>
<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La planificación económica y financiera en el sector turístico</li> <li>5.1 La planificación económica y financiera: concepto y características</li> <li>5.2 Elementos de la planificación económica-financiera</li> <li>5.3 Cuentas de explotación previsionales</li> <li>5.4 Balance Previsional</li> <li>5.5 Presupuesto de tesorería</li> <li>5.6 El control Presupuestario</li> </ul>
<b>6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de los estados financieros del sector turístico</li> <li>6.1 Variación de los estados financieros</li> <li>6.2 Ratios económicos y financieros</li> <li>6.2.1 Ratios económicos</li> <li>6.2.1 Ratios financieros</li> <li>6.2.1 Análisis de apalancamiento</li> <li>6.2.1 Ratios bursátiles</li> <li>6.2.1 Ratios de productividad</li> <li>6.2.1 Los ratios en el sector turístico</li> <li>6.3 Situación financiera a corto plazo</li> <li>6.3.1 Balance general y estado de resultados</li> <li>6.3.2 El cash-flow de explotación</li> <li>6.3.3 Origen y aplicación de fondos</li> <li>6.3.4 Análisis del capital y patrimonio (solvencia y necesidades de capital)</li> <li>6.4 La cuenta de resultados y la evolución de los balances empresariales</li> </ul>
<b>7</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rentabilidad y costos de la empresa turística</li> <li>7.1 Indicadores de liquidez, solvencia y rentabilidad</li> <li>7.2 Análisis de la rentabilidad económica y financiera</li> <li>7.3 Financiamiento y deuda</li> <li>7.3.1 Deudas por operaciones comerciales</li> <li>7.3.2 Deudas no comerciales</li> <li>7.4 Costos</li> <li>7.4.1 Costos fijos y variables</li> </ul>

	7.4.2 Costos directos, indirectos y estándar 7.5 Utilidad neta
8	La financiación en el sector turístico 8.1 Financiación en el sector turístico: conceptos y clasificación 8.2 La función de la financiación 8.3 Decisiones de financiación 8.4 Las fuentes de financiación en el sector turístico 8.4.1 Financiación interna o fondos propios 8.4.1.1 Capital Social 8.4.1.2 La autofinanciación 8.4.2 Financiación externa o fondos ajenos 8.4.2.1 Préstamo 8.4.2.2 Crédito 8.4.3 El crédito turístico 8.5 Financiación a corto plazo 8.5.1 Créditos de proveedores 8.5.2 Acreedores 8.5.3 Descuento comercial 8.5.4 Préstamos y créditos a corto plazo 8.6 Otras fuentes de financiación en el sector turístico 8.6.1 Financiación directa de las empresas turísticas 8.6.2 El papel de los tour-operadores en la financiación hotelera 8.6.3 Apoyo financiero del sector inmobiliario a la hotelería 8.6.4 Otros
9	Las inversiones en el sector turístico 9.1 Concepto y clasificación de las inversiones en el sector turístico 9.2 La función de las inversiones 9.3 Decisión de inversión 9.4 Dimensión financiera de una inversión 9.5 Fuentes de inversión en el sector turístico (empresas, el Estado, individuos, otros) 9.6 Evaluación de proyectos de inversión 9.7 Riesgo e inversiones 9.7.1 El riesgo en el sector turístico 9.7.2 Métodos de evaluación de inversiones en el sector turístico 9.8 Oportunidades y amenazas

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( X )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente

<p><b>Bibliografía básica</b></p> <p>Bote Gómez, V. y otros, (2005), <i>Curso de financiación del sector turístico</i>, Madrid, McGraw-Hill.</p> <p>Bote Gómez, V., Such Devesa, J. y Escot Mangas, L., (2005), <i>Curso de Financiación del sector Turístico</i>, España, Editorial McGraw Hill.</p> <p>Dwyer, L., Forsyth, P., y Dwyer, W., (2010), <i>Tourism Economics and Policy</i>, UK, Channel View Publications.</p> <p>Escobar Gallo, H., Gutiérrez Londoño, E., Gutiérrez Lodoño, A., (2007), <i>Hacienda Pública, un enfoque económico</i>, Colombia, Editorial Sello.</p> <p>García Villanueva, R., Pérez López, C., y Piñas Azpitarte, M., (2007), <i>Gestión Financiera en el sector turístico, inversión y financiación a largo plazo</i>, Editorial Pirámide.</p> <p>López, D. y Orta Pérez, M., (2008), <i>Introducción a la Contabilidad y Análisis Financiero. Especial referencia a empresas turísticas</i>, España, Pirámide.</p> <p>Madrid Flores (ed.), F., (2012), <i>Panorama de la actividad turística en México, Información para la toma de decisión de los empresarios</i>, Consejo Nacional Empresarial Turístico.</p> <p>Mankiw, N.G., (2010), <i>Principios de Economía</i>, Cengage Learning Inc.</p> <p>Méndez González, G., (2009), <i>Análisis y gestión financiera de empresas turísticas</i>, Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.</p> <p>Méndez González, G., Aguado Franco, J., (2006), <i>La gestión financiera de las empresas turísticas</i>, España, Editorial International Thomson.</p> <p>Miralbell Izard, O., (coord.), (2010), <i>Gestión pública del turismo</i>, España, Editorial UOC.</p> <p>Pastor, A., (2007), <i>La ciencia humilde. Economía para ciudadanos</i>, Editorial Crítica.</p> <p>Pender, L., Sharpley, R., (Ed.), (2005), <i>The Management of Tourism</i>, UK, Editorial SAGE Publications.</p> <p>Ramírez Avila, E., (2006), <i>Turismo de negocios</i>, México, Trillas.</p> <p>Vacas Guerrero, C., (2012), <i>Contabilidad financiera para empresas turísticas</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Vargas, A., (2006), <i>Manual de Finanzas para empresas turísticas</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Verona Martel, M., y Hernández Sánchez, M., (2012), <i>Decisiones de inversión y financiación en empresas del sector turístico</i>, España, Editorial Delta.</p> <p><b>Bibliografía complementaria</b></p> <p>Acerenza, M., (1984), <i>Administración del Turismo. Vol. 1.</i>, México, Edit. Trillas.</p> <p>Antich Corgos, J. y Moya Claramunt, M. (1992), <i>Gestión financiera: edición para técnicos en empresas turísticas</i>, Madrid, Síntesis.</p> <p>Aranda Hipólito, A., (1998), <i>Dirección financiera en la empresas turísticas, inversiones y financiación</i>, Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.</p> <p>Besley, S., (2000), <i>Fundamentos de Administración Financiera</i>, (12ª edición), McGraw-Hill.</p> <p>Casanueva Rocha, C., García del Junco, J., y Caro González, F., (2000), <i>Organización y gestión de empresas turísticas</i>, Madrid, Editorial Pirámide.</p> <p>Keown, A.J. y otros, (1999), <i>Introducción a las finanzas</i>, Prentice Hall.</p> <p>Sierra Molina, G. y otros (2003), <i>Introducción a la contabilidad y al análisis financiero en el sector turístico</i>, Madrid, Pirámide.</p> <p>Suárez Suárez, A., <i>Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa (15ª edición)</i>, Pirámide.</p>
---

### Recursos electrónicos

Blasco, A. & Moya, I. (2005). Factores económico-financieros que inciden en la eficiencia temporal de las empresas del sector turístico español. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 34(126), pp. 663-687. doi: 10.1080/02102412.2005.10779558. Recuperado de <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02102412.2005.10779558>

Esparza A., J. L., García Pérez de Lema, D. & Duréndez Gómez-Guillamón, A. (2010). Diferencias de gestión financiera entre empresas familiares y no familiares del sector turístico mexicano. *Actualidad Contable FACES*, 13(20), pp. 29-48. Recuperado de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/32562/1/articulo3.pdf>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Política Económica y Marco Jurídico del Turismo

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo			
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )	
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( X ) <b>Optativo E</b> ( )		<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas			<b>Semana</b>		<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas:</b> 3		<b>Teóricas:</b> 48	
			<b>Prácticas:</b> 0		<b>Prácticas:</b> 0	
			<b>Total:</b> 3		<b>Total:</b> 48	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( x )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso, el alumno será capaz de: Identificar las disposiciones de las políticas económicas y jurídicas que regulan el sector turístico, tanto en el ámbito nacional como en el internacional, conociendo las diversas medidas de acción y herramientas que les permitan dar solución a los problemas económicos (leyes, normas, incentivos, programas, mejoras de infraestructura, actuaciones directas, etc.).	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de Conocer las bases teóricas de la política económica a nivel nacional e Internacional en el sector turístico, identificar los elementos básicos de los Servicios turísticos, así como los diferentes tipos de contratos en el sector turismo.	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	La política turística desde un enfoque teórico	8	0
<b>2</b>	Política turística e implementación	8	0
<b>3</b>	Política turística, responsabilidad social y desarrollo	8	0
<b>4</b>	La legislación turística mexicana y la participación gubernamental en el desarrollo turístico	8	0
<b>5</b>	Política turística en el mundo	8	0
<b>6</b>	Los Contratos Turísticos	8	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	<p>La política turística desde un enfoque teórico</p> <p>1.1 Concepto de política turística</p> <p>1.2 Características de la política turística</p> <p>1.2.1 Del turismo en la política económica a la política económica del turismo</p> <p>1.2.2 La complejidad de la actividad turística como condicionante de la política turística</p> <p>1.2.3 Fines generales y objetivos de la política turística</p> <p>1.2.4 Los actores de la política turística</p> <p>1.3 Las áreas y los instrumentos de la política turística</p> <p>1.3.1 Las grandes áreas de la política turística</p> <p>1.3.2 Instrumentos estructurales de la política turística</p> <p>1.3.3 Instrumentos coyunturales: la gestión de crisis</p> <p>1.4 Los ámbitos de la política turística</p> <p>1.4.1 Las políticas de actividades de naturaleza turística</p> <p>1.4.2 Las políticas de las actividades de aplicación turística</p> <p>1.4.3 Las políticas de las actividades de apoyo y relacionadas con el turismo</p> <p>1.5 Las políticas instrumentales y su relación con la política turística</p> <p>1.5.1 Objetivos de las políticas instrumentales</p> <p>1.5.2 La política fiscal</p> <p>1.5.3 La política monetaria</p> <p>1.5.4 La política de rentas</p> <p>1.5.4 Otras políticas de oferta</p>
<b>2</b>	<p>Política turística e implementación</p> <p>2.1 La política turística del gobierno central</p> <p>2.1.1 Evaluación: etapas de la política turística</p> <p>2.1.2 Etapa estratégica de la política turística: los planes estratégicos</p> <p>2.1.3 Retos de la política turística</p> <p>2.1.4 Importancia del turismo en la economía</p> <p>2.1.5 Los intereses por disponer de una política turística común</p> <p>2.1.6 Situación actual ¿es posible una política turística común? Principales retos a futuro</p> <p>2.2 La política turística de los gobiernos autónomos</p> <p>2.2.1 Transferencia de competencia a los gobiernos autónomos en materia de turismo</p> <p>2.2.2 Armonización de las políticas turísticas regionales</p> <p>2.2.3 Algunos aspectos de las políticas turísticas en gobiernos regionales</p> <p>2.2.4 Retos futuros de las políticas turísticas regionales</p> <p>2.3 La política turística en el ámbito local: la gestión pública de destinos</p> <p>2.3.1 Importancia de la gestión pública local del turismo</p> <p>2.3.2 Sostenibilidad, competitividad y calidad del turismo: implicaciones en el ámbito local</p> <p>2.3.3 Los actores locales en la gestión del destino: la gobernanza local</p>
<b>3</b>	Política turística, responsabilidad social y desarrollo

	<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Política turística y desarrollo sostenible <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1.1 Conceptos básicos</li> <li>3.1.2 Indicadores del turismo sustentable</li> <li>3.1.3 Evaluación del impacto ambiental</li> <li>3.1.4 Métodos de fomento turístico</li> <li>3.1.5 El ordenamiento turístico de un país</li> <li>3.1.6 La cooperación internacional en el ordenamiento turístico</li> </ul> </li> <li>3.2 Política turística y el entorno marítimo <ul style="list-style-type: none"> <li>3.2.1 Ordenación de la costa</li> <li>3.2.2 El uso de los espacios marítimos y costeros: dominio público y propiedad privada</li> <li>3.2.3 Protección de la zona marítima y costera</li> </ul> </li> <li>3.3 Planificación urbanística y la protección de los bienes turísticos</li> <li>3.4 Política turística y patrimonio cultural</li> <li>3.5 Políticas turísticas y la salud pública <ul style="list-style-type: none"> <li>3.5.1 Riesgos sanitarios en el turismo internacional</li> <li>3.5.2 Políticas y medidas de protección a la salud de los turistas</li> </ul> </li> <li>3.6 Políticas de acompañamiento en el desarrollo turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>3.6.1 La estrategia de especialización turística y políticas de acompañamiento en los países en vías de desarrollo</li> <li>3.6.2 Instrumentos utilizados en la regulación del sector turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>3.6.2.1 Leyes de turismo y otras disposiciones jurídicas</li> <li>3.6.2.2 Líneas de crédito: el crédito turístico</li> <li>3.6.2.3 Campañas de promoción</li> <li>3.6.2.4 El estado y la infraestructura turística</li> <li>3.6.2.5 Otros instrumentos</li> </ul> </li> <li>3.6.3 El papel de la organizaciones internacionales en el desarrollo turístico: ONU, OMT</li> <li>3.6.4 Instrumentos legales internacionales</li> </ul> </li> </ul>
4	<p>La legislación turística mexicana y la participación gubernamental en el desarrollo turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 La política turística en México: características</li> <li>4.2 La intervención del Estado mexicano en el turismo: antecedentes y desarrollo</li> <li>4.3 Leyes que regulan la actividad turística en México <ul style="list-style-type: none"> <li>4.3.1 Ley Federal de Turismo en México</li> <li>4.3.2 Ley de Turismo del Distrito Federal</li> <li>4.3.3 Ley Federal de Protección al Consumidor</li> <li>4.3.4 Normas oficiales mexicanas de turismo y comercio</li> </ul> </li> <li>4.4 Planes y programas de desarrollo turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.1 Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.2 Programas Transversales <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.2.1 Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación contra las Mujeres PROIGUALDAD 2013-2018</li> <li>4.4.2.2 Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013 – 2018</li> <li>4.4.2.3 Programa para Democratizar la Productividad 2013 – 2018</li> </ul> </li> <li>4.4.3 Programas Sectoriales <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.3.1 Programa Sectorial de Turismo 2013-2018.</li> </ul> </li> <li>4.4.4 Programas Institucionales <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.4.1 Programa Institucional 2013-2018 del Fondo Nacional de Fomento al Turismo.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>4.5 Programas Regionales de la Secretaría de Turismo <ul style="list-style-type: none"> <li>4.5.1 Desarrollo Regional Turístico Sustentable (PRODERETUS)</li> <li>4.5.2 Asistencia técnica a estados y municipios</li> <li>4.5.3 Ángeles verdes</li> <li>4.5.4 Mundo Maya</li> <li>4.5.5 Centros de Playa</li> <li>4.5.6 México Norte</li> <li>4.5.7 Ruta de dioses</li> <li>4.5.8 Tesoros coloniales estadounidenses</li> <li>4.5.9 <b>Corazón de México</b></li> </ul> </li> </ul> </li></ul>

	4.5.10. Mar de Cortés 4.5.11 Pueblos mágicos 4.5.12 Otros Programas 4.6 La política internacional de México 4.6.1 Efectos en la actividad turística de TLC con América del Norte. 4.5.2 Efectos en la actividad Turística del TLC con la Unión Europea
5	Política turística en el mundo 5.1 Políticas del turismo internacional en países desarrollados 5.1.1 Estados Unidos y Canadá 5.1.2 La Unión Europea 5.1.3 Otros 5.2 Políticas de desarrollo turístico en países emergentes 5.2.1 Brasil 5.2.2 China 5.2.3 India 5.2.4 Otros 5.3 Políticas del turismo internacional en países en vías de desarrollo 5.3.1 Principales problemas de desarrollo turístico y políticas de fortalecimiento en los países en vías de desarrollo 5.3.2 Países en vías de desarrollo en América Latina 5.3.3 Países en vías de desarrollo en África 5.3.4 Países en vías de desarrollo en Asia
6	Los Contratos Turísticos 6.1 El Contrato Turístico 6.1.1 Concepto y características 6.1.2 El objeto del contrato turístico 6.1.3 Los sujetos del contrato turístico 6.1.4 Naturaleza jurídica y características 6.1.5 Régimen legal 6.1.6 Derechos y obligaciones de las partes 6.1.6.1 Derechos de los prestadores de servicios turísticos 6.1.6.2 Derechos de los usuarios 6.1.6.3 Obligaciones de los prestadores de servicios turísticos 6.1.6.4 Obligaciones de los usuarios 6.1.7 Incumplimiento contractual 6.1.8 Extinción del contrato turístico 6.2 Tipos de contratos turísticos 6.2.1 El contrato de reservación 6.2.2 El contrato de agencia de viaje 6.2.3 El contrato de hospedaje 6.2.4 El contrato de alojamiento 6.2.5 El contrato de seguro 6.2.6 El contrato de transporte turístico 6.2.7 El contrato de arrendamiento de automóviles 6.2.8 El contrato de suministro de operadores de marinas turísticas 6.2.9 El contrato de tiempo compartido 6.2.10 El contrato de viaje o de excursión 6.2.11 Otros tipos de contratos turísticos

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )

Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente

#### **Bibliografía básica**

Calvo, José y otros, (2011), *Microeconomía del turismo*, Madrid, Editorial Sanz y Torres.

Ivanova, A y Ibáñez, R. (coord.), (2012), *Medio ambiente y política turística en México*, México, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Fernández Ruiz, J. y Santiago, J. (coord.), (2009), *Régimen jurídico del turismo y de la zona marítimo-terrestre, memoria del Congreso Internacional de Derecho Turístico*, México, Universidad Nacional Autónoma de México

Margain, M. y Rivas J. (2012), *Estructura, economía y política turística*, Oviedo, Editorial Septem, Oviedo.

Mirabell Izard, O. (coord.) (2010), *Gestión pública del turismo*, Barcelona, Editorial UOC.

Molina, S., (2007), *Política turística en México*, México, Editorial Trillas, México.

Organización Mundial del Turismo, (OMT), (2014), *Legislación del turismo en las Américas*, Madrid, OMT, Madrid.

Pérez Guerra, R. (coord.), (2006). *Derecho de las actividades turísticas*, Barcelona, Editorial UOC.

Pulido, J., (2012), *Política Económica del turismo*, Madrid, Editorial Pirámide.

Price Water House Coopers, (2014) *Guía para la inversión y desarrollo del turismo en México, Doing business in México, México*, Price Water House Coopers.

Vellas, F., (2004), *Economía y política del turismo internacional*, Madrid, Editorial Síntesis..

#### **Bibliografía complementaria**

Blanquer Criado, D., (1999), *Derecho del turismo*, Valencia, Editorial Tirant Lo Blanch.

Bull, A. (1994), *La economía del sector turístico*, Madrid, Editorial Alianza.

Cals, J., (1974), *Turismo y política turística en España: una aproximación*, España, Editorial Ariel, España.

Del Valle, D. y San Salvador, P. (2000), *Políticas de ocio, Documento de estudios de ocio*, núm. 17, España, Instituto de Estudios de Ocio.

Elliot, J. (1997), *Tourism: politics and public sector management*, New York, Editorial Routledge

Fernández, Álvarez, J., (1974), *Curso de derecho administrativo turístico*, Madrid, Editora Nacional.

García, Valdecasas, J. y Pedrero, J., (1993), *Introducción al derecho, edición especialmente dirigida al sector turístico*, Madrid, Editorial Síntesis

Jiménez, A., (1993), *Turismo, estructura y desarrollo. La estructura funcional del turismo internacional y la política turística de México. Desarrollo histórico, 1945-1990*, México, Editorial McGraw-Hill.

León, Gómez, D. (2000), *Introducción al derecho turístico*, México, Instituto Politécnico Nacional.

Pérez Bonin, E. (1978), *Tratado elemental de derecho turístico*, España, Editorial Daimon.

Rodríguez, Rodríguez, G. y Martínez R., (coord.), (2009), *Nuevos retos para el turismo*, España, Editorial Netbiblio.  
Villaseñor Dávalos, J., (1992), *Derecho turístico mexicano*, México, Editorial Harla

### **Recursos electrónicos**

Ruiz de Chávez, M., Jiménez Aguado, R., Márquez Laposse, M., Alleyne, G. (1994). Salud y Turismo. *Salud Pública de México*, 36(1), pp. 61-69. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10636110>

Monfort Mir, V. M. (2000). La política turística: una aproximación. *Cuadernos de Turismo*, (6), pp. 7-27. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39800601>

Cámara de Diputados Del H. Congreso De La Unión. (2009, 17 de junio). "Ley General de Turismo". Diario Oficial de la Federación, DOF 08-04-2013, México. Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT.pdf>

Asamblea Legislativa del Distrito Federal. (2010, 30 de agosto). "Ley de Turismo del Distrito Federal". Gaceta Oficial del Distrito Federal, México. Recuperado de <http://www.aldf.gob.mx/archivo-61363e5d0be283ba435596a578b17492.pdf>

Cámara de Diputados Del H. Congreso De La Unión. (1992, 24 de diciembre). "Ley Federal de Protección al Consumidor". Diario Oficial de la Federación, DOF 04-06-2014, México. Recuperado de [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113\\_040614.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113_040614.pdf)

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>

**Maestría en Administración**

**Administración del Turismo**

**Actividades académicas optativas de elección**



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Administración de Empresas de Hospitalidad

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48	
			<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0	
			<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna</b> ( X )	
<b>Obligatoria</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Identificar los conceptos básicos del sector turístico, su estructura, los servicios que proporciona la industria de la hospitalidad, así como lo relacionado con la atención al público.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Reconocer los servicios que se prestan en la industria de la hospitalidad, y las tendencias actuales, así como los diferentes servicios de alojamiento turístico. Identificar las diferentes tipos de reservas, precios y las actividades de la recepción, así como del área de alimentos y bebidas, y todas las actividades relacionadas con la atención al turista; y la segmentación de la industria de la hospitalidad.	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Introducción a la industria de la hospitalidad	3	0
<b>2</b>	Servicios de alojamiento turístico	6	0
<b>3</b>	Las reservaciones	6	0
<b>4</b>	Servicios de recepción	6	0
<b>5</b>	Consejería y pisos	6	0
<b>6</b>	Mano corriente y caja	6	0
<b>7</b>	Servicios de alimentos y bebidas	3	0
<b>8</b>	Mantenimiento, seguridad e higiene	3	0
<b>9</b>	Atención al cliente	6	0
<b>10</b>	Segmentos especializados de la industria de la hospitalidad	3	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Introducción a la industria de la hospitalidad 1.1 Concepto, características y componentes 1.2 Antecedentes y evolución de la hospitalidad 1.3 La hospitalidad como necesidad social 1.4 Situación actual del sector 1.5 Tendencias de la oferta y demanda en la industria de la hospitalidad 1.6 Organización departamental de las empresas de hospitalidad
<b>2</b>	Servicios de alojamiento turístico 2.1 La hostelería 2.1.1 Conceptos generales 2.1.2 Clasificación del alojamiento turístico 2.1.2.1 Hoteles 2.1.2.2 Alojamientos singulares y hostelería local 2.1.2.3 Moteles 2.1.2.4 Establecimientos extrahoteleros: apartamentos, villas y bungalós 2.1.2.5 Hotel-crucero 2.1.2.6 Tiempo compartido 2.1.2.7 Alojamientos semicomerciales 2.1.2.8 Balnearios 2.1.2.9 Spas 2.1.2.10 Centros de salud y talasoterapia 2.1.2.11 Casinos 2.1.2.12 Campings o campamento turístico 2.1.2.13 Otros alojamientos 2.1.2.2 Otras clasificaciones 2.3 Fuentes informativas de la oferta de alojamiento 2.4 Bono o voucher 2.5 La venta y comercialización 2.5.1 Canales de distribución para la industria de la hospitalidad 2.5.1.1 Cadenas hoteleras 2.5.1.2 Centrales de reserva 2.5.1.3 Agencias de viajes 2.5.1.4 Otros 2.5.2 Acuerdos y contratos 2.5.3 Tipos de retribución en la venta de alojamiento 2.6 Reglamentación turística y normativa vigente de alojamientos turísticos

<p style="text-align: center;"><b>3</b></p>	<p>Las reservaciones</p> <p>3.1 El departamento operacional</p> <p>3.1.1 Organización del departamento de reservas</p> <p>3.1.2 Personal de reservas y sus funciones</p> <p>3.1.3 Tendencias actuales</p> <p>3.1.4 Administración del departamento de recepción</p> <p>3.2 Tipos de reservas</p> <p>3.3 El contrato de reserva</p> <p>3.3.1 Definición</p> <p>3.3.2 Notas comerciales del contrato</p> <p>3.4 Planificación y precio básico</p> <p>3.5 Precio y tarifas</p> <p>3.5.1 Tipos de precio</p> <p>3.5.1.1 Tarifa rack</p> <p>3.5.1.2 Tarifa oficial</p> <p>3.5.1.3 Tarifa por agencias (para grupos o individuales)</p> <p>3.5.1.4 Tarifa corporativa</p> <p>3.5.1.5 Tarifa preferente</p> <p>3.5.1.6 Tarifa de oferta o tarifa de fin de semana</p> <p>3.5.1.7 Tarifa Fit</p> <p>3.5.1.8 Tarifa especial novios o <i>honey moon</i></p> <p>3.5.1.9 Tarifa online</p> <p>3.5.1.10 Otros</p> <p>3.5.2 Determinación del precio medio</p> <p>3.6. Documentos de reserva</p> <p>3.6.1 Hoja de reserva</p> <p>3.6.2 El fichero del cliente: cardex</p> <p>3.6.3 Datos de identificación</p> <p>3.6.4 Datos profesiones y comerciales</p> <p>3.6.5 Histórico del Cliente</p> <p>3.6.6 Observaciones</p> <p>3.6.7 Rango de socio</p> <p>3.6.8 El libro de reservas (entradas y salidas)</p> <p>3.7 Gestión de reserva</p> <p>3.7.1 Planning de reservas</p> <p>3.7.2 El booking</p> <p>3.7.. El overbooking</p> <p>3.7.4 Los anticipos</p> <p>3.7.5 Previsión de ventas</p> <p>3.9 Proceso para toma de reservas</p> <p>3.9.1 Proceso manual</p> <p>3.9.2 Proceso informático</p> <p>3.9.3 Garantía y confirmación de reserva</p> <p>3.9.4 Modificación de reserva</p> <p>3.9.5 Cancelación de reserva</p> <p>3.10 Preparación de llegada de una reserva</p> <p>3.11 Relación interdepartamental</p>
<p style="text-align: center;"><b>4</b></p>	<p>Servicios de recepción</p> <p>4.1 El departamento de recepción</p> <p>4.1.1 Organización del departamento de recepción</p> <p>4.1.2 Personal de recepción y sus funciones</p> <p>4.1.3 Tendencias actuales</p> <p>4.1.4 Administración del departamento de recepción</p> <p>4.2 Criterios para la asignación de habitación</p> <p>4.3 Tratamiento de las reservas</p> <p>4.3.1 Tratamiento de una reserva con disponibilidad</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>4.3.2 Tratamiento de una reserva sin disponibilidad</li> <li>4.4 Tratamiento de clientes VIP</li> <li>4.5 Clientes con reservas</li> <li>4.6 Clientes sin reserva previa (Walk in) <ul style="list-style-type: none"> <li>4.6.1. El rack de recepción o <i>room rack</i></li> </ul> </li> <li>4.7.1 Concepto</li> <li>4.7.2 Tipos (rack de tarjetas, rack manuscrito, rack informatizado)</li> <li>4.7.3 El <i>slip</i></li> <li>4.8 El <i>check-in</i>. Entrada de huéspedes <ul style="list-style-type: none"> <li>4.8.1 Clientes con programa talonario</li> <li>4.8.2 Grupos</li> <li>4.8.3 Listado de entradas previstas o lista de llegadas</li> <li>4.8.4 El contrato de hospedaje: Tarjetas de registro o bienvenido</li> <li>4.8.5 Los partes de entrada de viajeros (ficha de policía)</li> <li>4.8.6 Check-in exprés</li> <li>4.8.7 Control de entrada de equipajes</li> <li>4.8.8 Apertura de factura (datos requeridos)</li> </ul> </li> <li>4.9 Administración de control y gestión <ul style="list-style-type: none"> <li>4.9.1 Notificación de atenciones</li> <li>4.9.2 Servicio de caja fuerte</li> <li>4.9.3 Reclamaciones</li> <li>4.9.4 Partes de averías y reparaciones</li> <li>4.9.5 El cambio de condiciones durante la estancia</li> <li>4.9.6. Cambios de habitación</li> <li>4.9.7. Solicitud de camas supletorias</li> </ul> </li> <li>4.10. El <i>check-out</i>. Salida de huéspedes <ul style="list-style-type: none"> <li>4.10.1. Modalidades <ul style="list-style-type: none"> <li>4.10.1.1. Huéspedes individuales</li> <li>4.10.1.2. Agencias</li> <li>4.10.1.3. Grupos o contingentes</li> </ul> </li> <li>4.10.2. Control de cargos</li> <li>4.10.3. Listado de salidas pendientes</li> <li>4.10.4. Check-out exprés</li> <li>4.10.5. Factura al huésped</li> </ul> </li> <li>4.11. El libro de recepción <ul style="list-style-type: none"> <li>4.11.1. Lista de clientes <i>no show</i></li> <li>4.11.2. Day used by day pass</li> <li>4.11.3. Control de habitaciones o informe de la gobernanta</li> </ul> </li> <li>4.12. Otros documentos utilizados <ul style="list-style-type: none"> <li>4.12.1. Estadísticas</li> <li>4.12.2. Relación de clientes hospedados y salidas previstas</li> <li>4.12.3. Previsión de ocupación y régimen</li> <li>4.12.4. Control de desayunos contratados</li> </ul> </li> <li>4.13. Relación interdepartamental</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consejería y pisos</li> <li>5.1 El departamento de consejería <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1.1 Organización</li> <li>5.1.2. Personal</li> <li>5.1.3 Funciones <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1.3.1 Control de equipaje (entrada y salida)</li> <li>5.1.3.2 Control de llaves o tarjetas</li> <li>5.1.3.3 Control de correspondencia</li> <li>5.1.3.4 Control del hall de entrada</li> <li>5.1.3.5 Distribución de prensa</li> <li>5.1.3.6 Consigna</li> <li>5.1.3.7 Información interna y externa</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>5.1.3.8 Encargos de clientes</li> <li>5.1.3.9 Servicio de despertador</li> <li>5.2 El departamento de pisos</li> <li>5.2.1 Organización</li> <li>5.2.2 Personal de pisos y sus funciones</li> <li>5.2.3 Relaciones interdepartamentales</li> <li>5.2.4 Planificación del departamento</li> <li>5.2.5 La sección de habitaciones</li> <li>5.2.6 Funciones de la gobernata</li> <li>5.2.7 Tipos de limpieza en las habitaciones</li> <li>5.2.8 Inspección y mantenimiento de las habitaciones</li> </ul>
<b>6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mano corriente y caja</li> <li>6.1 Departamento de mano corriente</li> <li>6.1.1 Organización del departamento de mano corriente y caja</li> <li>6.1.2 Personal de reservas y sus funciones</li> <li>6.2 Proceso general de facturación en mano corriente</li> <li>6.3 Tipos de cuentas</li> <li>6.3.1 Cuentas de cargo</li> <li>6.3.2 Cuentas de abono</li> <li>6.3.3 Cuentas mixtas</li> <li>6.4 La hoja de mano-corriente</li> <li>6.5 El cuadro de departamentos</li> <li>6.6 La comandada</li> <li>6.7 El vale de servicio</li> <li>6.8 La facturación</li> <li>6.8.1 En empresas de alojamiento con sistema manual</li> <li>6.8.2 En empresas de alojamiento con sistema informático</li> <li>6.8.3 El libro de créditos</li> <li>6.8.4 La remesa</li> <li>6.9 Otros documentos de mano corriente</li> <li>6.9.1 Parte de deducción</li> <li>6.9.2 Transferencia de comisiones</li> <li>6.9.3 Liquidación de comisiones y deducciones</li> <li>6.10 Relaciones interdepartamentales</li> <li>6.11 Departamento de caja</li> <li>6.11.1 Organización del departamento de caja</li> <li>6.11.2 Personal de caja y sus funciones</li> <li>6.12 Tipos de cobro o facturas</li> <li>6.12.1 Efectivo</li> <li>6.12.2 Crédito</li> <li>6.13 Cierre de facturas</li> <li>6.14 Documentos de caja</li> <li>6.14.1 Liquidación de facturas de caja</li> <li>6.14.2 Liquidación de créditos</li> <li>6.14.3 Liquidación de cobros por turno</li> <li>6.14.4 Liquidación de divisas y caja</li> <li>6.14.5 Control de cajas fuertes</li> <li>6.15 Relaciones interdepartamentales</li> </ul>
<b>7</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicios de alimentos y bebidas</li> <li>7.1 Departamento de alimentos y bebidas</li> <li>7.1.1 Organización</li> <li>7.1.2 Personal y sus funciones</li> <li>7.2 La cocina</li> <li>7.2.1 Organización y operaciones</li> <li>7.2.2 Procesos</li> <li>7.2.3 Documentos</li> </ul>

	<p>7.3 Restaurante, sala o comedor y banquetes</p> <p>7.3.1 La oferta de restauración en el hotel</p> <p>7.3.2 Organización</p> <p>7.3.3 El local</p> <p>7.3.3.1 Características</p> <p>7.3.3.2 Distribución</p> <p>7.3.4 Mobiliario, maquinaria y utensilios básicos en la sala o comedor del restaurante</p> <p>7.3.5 Prestación de servicios al cliente</p> <p>7.3.5.1 Operaciones</p> <p>7.3.5.2 Procesos</p> <p>7.3.5.3 Documentos utilizados</p> <p>7.3.6 Tipos de servicio</p> <p>7.4 El bar</p> <p>7.4.1 Clasificación</p> <p>7.4.2 Preparación y desarrollo del servicio</p> <p>7.4.3 La oferta del bar</p> <p>7.4.4 Elementos de control</p> <p>7.5 Otros servicios de alimentos y bebidas en la industria de la hospitalidad</p> <p>7.5.1 Mini bar</p> <p>7.5.2 Servicios de habitación</p> <p>7.5.3 Servicios de alimentos y bebidas en cruceros</p> <p>7.5.4 Servicios de alimentos y bebidas en aerolíneas</p> <p>7.5.5 Otros</p> <p>7.6 Compra, almacenamiento y control de alimentos y bebidas</p> <p>7.7 Ahorro de energía</p> <p>7.8 Normativa vigente de empresas de restauración</p> <p>7.9 Protocolos</p> <p>7.10 Tratamiento informático</p> <p>7.11 Relaciones interdepartamentales</p>
8	<p>Mantenimiento, seguridad e higiene</p> <p>8.1 Personal y principales funciones del departamento de mantenimiento</p> <p>8.1.1 Mobiliario</p> <p>8.1.2 Inmueble</p> <p>8.1.3 Instalaciones básicas</p> <p>8.1.4 Maquinaria</p> <p>8.1.5 Zona exterior</p> <p>8.1.6 Otros</p> <p>8.2. Tipos de mantenimiento</p> <p>8.2.1. Preventivo</p> <p>8.2.2. Correctivo</p> <p>8.3. Normas que regulan el servicio de mantenimiento</p> <p>8.4. Documentos utilizados por el departamento de mantenimiento</p> <p>8.5. Personal y funciones del departamento de seguridad e higiene</p> <p>8.5.1. Planificación de la seguridad</p> <p>8.5.2. Prevención y protección contra incendios</p> <p>8.5.3. Seguridad e higiene en el departamento de alimentos y bebidas</p> <p>8.5.4. Otro tipos de riesgos</p> <p>8.5.5. Prevención de riesgos laborales</p> <p>8.5.6. Seguros</p> <p>8.6. Medidas ecológicas para las empresas de hospitalidad</p> <p>8.7. Medidas de accesibilidad para personas con movilidad reducida</p> <p>8.8. Higiene</p> <p>8.8.1. Desarrollo de una cultura de salud e higiene personal</p> <p>8.8.2. Sistema de limpieza</p> <p>8.9. Disposiciones legales en materia de seguridad e higiene</p>
9	Atención al cliente

	<p>9.1 Tipología del cliente</p> <p>9.2 Fundamentos de un trato personalizado integral</p> <p>9.3 La gestión de clientes</p> <p>9.4 Los componentes de la satisfacción</p> <p>9.5 El análisis de la clientela</p> <p>9.6 El CRM</p> <p>9.7 La comunicación en la atención al cliente</p> <p>9.7.1. Tipos de comunicación</p> <p>9.7.1.1. Comunicación indirecta</p> <p>9.7.1.2. Comunicación por escrita</p> <p>9.7.1.3. Comunicación telefónica</p> <p>9.7.1.4. Comunicación directa (en mostrador)</p> <p>9.7.2. Técnicas de comunicación</p> <p>9.8. Gestión de quejas y reclamaciones</p> <p>9.8.1. Tipología de las quejas</p> <p>9.8.2. Tratamiento de una reclamación</p> <p>9.8.3. Principales motivos de reclamaciones</p> <p>9.8.4. La hoja de reclamaciones</p> <p>9.8.5. Reglamentación y normatividad</p> <p>9.9. Gestión de la calidad de los servicios</p>
<b>10</b>	<p>Segmentos especializados de la industria de la hospitalidad</p> <p>10.1 Casinos</p> <p>10.1.1 Antecedentes y situación actual</p> <p>10.1.2 Los clientes</p> <p>10.1.3 Estructura organizacional de los casinos</p> <p>10.1.4 Personal y funciones</p> <p>10.1.5 Seguridad y vigilancia</p> <p>10.2 Spas</p> <p>10.3 Otros</p>

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( X )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado

<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente

### **Bibliografía básica**

Andrews, S., (2007), *Introduction To Tourism And Hospitality Industry*, New Delhi, Mc GrawHill.

Ascanio Guevara, A., (2011), *Principios de Administración Hotelera*, México, Editorial Trillas.

Barrows, C. and Powers, T., (2008), *Introduction to Management in the Hospitality Industry*, USA, John Wiley & Sons.

Chon, K. and Maier, T., (2010), *Welcome to Hospitality: An Introduction*, USA, Cengage Learning.

Clarke, A. and Wei, C., (2009), *International Hospitality Management, concepts and cases*, Routledge, USA.

Corral Mestas, F., (2006), *Manual de recepción hotelera: principios y técnicas*, España, Ediciones Septem.

Editorial Vértice, (2009), *Atención al cliente en la limpieza de pisos en alojamientos*, España, Editorial Vértice.

Editorial Vértice, (2009), *Limpieza y puesta a punto de pisos y zonas comunes en alojamientos*, España, Editorial Vértice.

Foskett, D. and Paskins, P., (2011), *The theory of hospitality and catering*, UK, Bookpower.

Lumbreras Largo, S., (2013), *Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios de alojamiento*, España, Editorial Paraninfo.

Navarro Ureña, A., (2009), *Recepción Hotelera y atención al cliente*, España, Editorial Paraninfo.

Navarro Ureña, A., (2010), *Recepción y reservas, España*, Editorial Paraninfo.

Parrilla García, P., (2006), *Operaciones de recepción: Gestione las tareas administrativas de recepción de forma eficaz*, España, Editorial Ideas propias.

### **Bibliografía complementaria**

Ameigeiras, C., (2012), *Venta de servicios turísticos*, España, Editorial Síntesis.

Cabarcos Novás, N., (2006), *Promoción y venta de servicios turísticos: Comercialización de servicios turísticos*, España, Editorial Ideas propias.

Cerra, J., Dorado, J., Estepa, D. y García, P., (1997), *Gestión de producción de alojamiento y restauración*, España, Editorial Síntesis.

Foster Dennis, L., (1994), *Introducción a la industria de la Hospitalidad*, México, Editorial Mc Graw Hill.

González, L., y Talón, P., (2003), *Dirección hotelera, operaciones y procesos*, España, Editorial Síntesis.

López García, S., (2003), *Recepción y atención al cliente*, España, Editorial Paraninfo.

Mestres Soler, J., (2003), *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*, España, Editorial Gestión 2000.

Milio Balanzá, I., (2003), *Organización y control del alojamiento*, España, Editorial Paraninfo.

O'fallon, M., Rutherford, D., (2011), *Hotel Management and Operations*, Canada, John Wiley & Sons.

Pizam (ed.), A., (2010), *International Encyclopedia of Hospitality Management*, USA, Elsevier.

Puig-Durán Fresco, J., (2006), *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*, España, Editorial Díaz de Santos.

### **Recursos electrónicos**

Rodríguez Vera, R. (2012). *Costos aplicados en hotelería, alimentos y bebidas*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Recuperado de [http://www.bibliotechnia.com/bibliotechnia20/index.php?Itemid=6&option=com\\_libros&task=read&id=6277&bookmark=1#encabezado](http://www.bibliotechnia.com/bibliotechnia20/index.php?Itemid=6&option=com_libros&task=read&id=6277&bookmark=1#encabezado)

Maud Tixier. (2009). La comunicación en el negocio de la hospitalidad y el fomento del comportamiento responsable de los clientes y sus diversas respuestas. *Revista de Análisis Turístico*, 7(1), pp. 49-65. Recuperado de <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/73/68>

Rodríguez Torres, F. & Brown Grossman, F. (2012). El proceso de innovación en el sector de alojamiento turístico mexicano. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, pp. 372 – 387. Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N02/v21n2a06.pdf>



Javier Solsona, M. (2000). "Calidad en la gestión de alojamientos turísticos rurales". *Gestión Turística*. (5), pp. 65- 89. Recuperado de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n5sEspecial/art07.pdf>

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN</b> <b>MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN</b>	
---	---	---

**Programa de Actividad Académica** Comercio Electrónico de la Industria de la Hospitalidad

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
		<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48		
		<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0		
		<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48		

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna</b> ( x )	
<b>Obligatoria</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Contar con una visión estratégica del uso del comercio electrónico como herramienta fundamental de competitividad en las organizaciones del sector turístico.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Conocer las herramientas y tendencias tecnológicas aplicables a la industria de la hospitalidad y será capaz de realizar el diseño e implementación de un entorno web para un sitio turístico.	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
1	Internet y turismo	3	0

<b>2</b>	El comercio electrónico aplicado a las organizaciones turísticas	6	0
<b>3</b>	Diseño, promoción y aplicación de sitios web turísticos	18	0
<b>4</b>	Proceso de marketing para servicios turísticos en web	9	0
<b>5</b>	Herramientas tecnológicas para la competitividad del sector turístico	6	0
<b>6</b>	Tendencias tecnológicas futuras para el sector turístico	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Internet y turismo 1.1 Antecedentes 1.2 Tipos de servicios que proporciona Internet 1.3 Mercados prueba en internet 1.4 El advenimiento del turismo electrónico: evolución y tendencias
<b>2</b>	El comercio electrónico aplicado a las organizaciones turísticas 2.1 Concepto de comercio electrónico 2.2 Tipos de comercio electrónico 2.3 Ventajas y desventajas del comercio electrónico 2.4 Crecimiento del comercio electrónico en México 2.5 Tecnologías relacionadas con el comercio electrónico 2.6 Turismo y comercio electrónico 2.6.1 La reconfiguración del sector turístico inducida por la tecnología de la información 2.6.2 Los intermediarios frente a los infomediarios 2.6.3 El comercio electrónico y las organizaciones de comercialización de los destinos
<b>3</b>	Diseño, promoción y aplicación de sitios web turísticos 3.1 Fundamentos básicos de modelos de negocio 3.2 Clasificación de modelos de negocios 3.3 Desarrollo de modelos de negocio para web 3.4 Proceso de diseño de un sitio web turístico
<b>4</b>	Proceso de marketing para servicios turísticos en web 4.1. Fundamentos de mercadotecnia tradicional 4.2. Fundamentos de mercadotecnia electrónica 4.3. Planificación estratégica del marketing para una organización turística en web 4.4. Canales de distribución para una organización turística 4.5. Sistemas de reserva y de distribución 4.5.1. CRS: Sistemas informáticos de reserva 4.5.2. GDS: Sistemas de distribución global 4.6 Legislación sobre protección de datos
<b>5</b>	Herramientas tecnológicas para la competitividad del sector turístico 5.1 Procesos de Front-office (ventas, marketing y clientes) 5.1.1 CRM (Customer Relationship Management) 5.1.2 ERS (Electronic Reservation Systems) 5.1.3 CRS (Computer Reservation System) 5.1.4 GDS, (Global Destination System) 5.1.5 Tecnología ATB2 5.1.6 e-ticketing 5.2 Procesos de Back Office (manejo contable, administrativo, de recursos humanos y el financiero) 5.2.1 CRM (Customer Relationship Management) 5.2.2 BCS (Beverage Control System) 5.2.3 PMS (Property Management System) 5.2.4 SALES ANALISYS 5.2.5 YIELD MANAGEMENT
<b>6</b>	Tendencias tecnológicas futuras para el sector turístico 6.1. Movilidad e interacción

6.2 Georeferenciación
6.3 Servicios basados en el contexto
6.4 Realidad aumentada
6.5 Agentes inteligentes

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( X )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente
<b>Bibliografía básica</b>	
<p>Egger, R. &amp; Buhalis, D. (Edits.). (2008), <i>E-Tourism case studies: management and marketing issues</i>, UK, Butterworth-Heinemann,</p> <p>Gámez, A., (2011), <i>Comercio Electrónico Internacional</i>, Alcalá, Grupo Editorial.</p> <p>Gretzel, U., et. al., (2010), <i>Information and Communication Technologies in Tourism 2010</i>, USA, Springer-Verlag/Wien.</p> <p>Laudon Kenneth, C. y Guercio Traver, C., (2013), <i>E-commerce: negocios, tecnología, sociedad</i>, México, Pearson Educación.</p> <p>Middleton, V., (2009), <i>Marketing in Travel and Tourism</i>, UK, Butterworth-Heinemann.</p> <p>Montaño Sánchez, F., (2007), <i>Comercio electrónico: guía para el mercado nacional y de exportación</i>, México, ISEF.</p> <p>Rica, E., (2006), <i>Marketing en internet.</i>, España, Anaya Multimedia.</p> <p>Téllez Valdés, J., (2009), <i>Derecho Informático</i>, México: Mc Graw Hill.</p>	
<b>Bibliografía complementaria</b>	
<p>Álvarez García, A., (1996), <i>HTML, CGI, JAVA, Servidores...Tecnología WWW</i>, España, Ediciones Anaya Multimedia.</p> <p>Buckñey, V., J., (1999), <i>Cómo crecer con ventaja competitiva: el valor real de la tecnología.</i>, Colombia, McGraw Hill.</p> <p>Buhalis, D., &amp; Laws, E., (2001), <i>Tourism distribution channels: practices, issues and transformations</i>, UK, Cengage Learning Emea.</p> <p>Buhalis, D., (2003), <i>Tourism: information technology for strategic tourism management</i>, UK: Prentice Hall.</p> <p>Del Águila, A. y Padilla, A., (2001), <i>E-business y Comercio Electrónico, Un enfoque estratégico</i>, Madrid, RA-MA.</p> <p>Fisher de la Vega, L., (1993), <i>Mercadotecnia</i>, (2ª. Ed.), México, McGraw Hill.</p> <p>Ford, M., (1998), <i>Tecnologías de Interconectividad de Redes, trad. de Carlos Cordero Pedraza</i>, México, Prentice-Hall.</p>	

Hance, O., (1996), *Leyes y Negocios en Internet*, trad. de Yazmín Juárez Parra, México, Ed. McGraw-Hill.

Kotler, P., (2001), *Dirección de Marketing*, trad. de Roberto L. Escalona García, México, Pearson Educación.

Matías Clavero, G., Ramírez P. y Sanz J., (2002), *E-comercio seguro*, Madrid, Editores Asociados I+D, 87 pp. (E-Comercio, Libro III)

Matías Clavero, G., Ramírez P. y Sanz J., (2002), *Abrir una tienda en Internet. Un caso práctico*, Madrid, Editores Asociados I+D, 65 pp. (E-Comercio, Libro II)

Medaglia D., (2004), *Negocios en ambientes computacionales*, México: McGrawHill

Porter, M., (1987), *Ventaja Competitiva, Creación y Sostenimiento de un desempeño superior*, trad. de María Asunción de la Campa Pérez Sevilla, México, CECSA, 550pp.

Siu Villanueva, C., (2002), *Proyectos punto com, Análisis de negocios, valuación financiera y puesta en marcha*, México, Ediciones Fiscales ISEF, 161 pp.

Vázquez Gallo, E. y Berrocal Colmenarejo, J., (2000), *Comercio electrónico: Materiales para el análisis*, Madrid, Ministerio de Fomento y Ministerio de Ciencia y Tecnología, 193pp.

### **Recursos electrónicos**

Pérez Pérez, M., Martínez Sánchez, Á. & Abella Garcés, S. (2002). El sector turístico y el comercio electrónico. *Boletín Económico de ICE*, (2733), pp. 31-41. Recuperado de [http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE\\_2733\\_31-41\\_847A44DAF67C34B3BCA33D62C3224413.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_2733_31-41_847A44DAF67C34B3BCA33D62C3224413.pdf)

Sellers Rubio, R. & Azorín Escolano, A. (2001). El comercio electrónico y el futuro del canal de distribución turístico. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 7(1.), pp. 13-36. Recuperado de <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v07/071013.pdf>

Sigfrido Rivera, C. R. (2011). Importancia del Comercio Electrónico y las TICs en el sector turístico Latinoamericano. *9th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology*, 3 al 5 de Agosto, 2011, Medellín, Colombia. Recuperado de [http://www.laccei.org/LACCEI2011-Medellin/ExtendedAbstracts/OT091\\_Rivera\\_EA.pdf](http://www.laccei.org/LACCEI2011-Medellin/ExtendedAbstracts/OT091_Rivera_EA.pdf)

Conde Pérez, E. M., Schmidt Cornejo, E. C. & Ochoa Llamas, I. (2011). El turismo electrónico, una necesidad para las empresas del sector. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 4(9), pp. 1-18. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/pcl.pdf>

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Cultura y Economía del Ocio y el Turismo

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48	
			<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0	
			<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( x )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Identificar los rasgos culturales y los fundamentos de la cultura del ocio y el turismo, para desarrollar productos turísticos que impacten de manera favorable la economía, fomentando los apoyos de las empresas gubernamentales relacionadas con el sector turístico	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Reconocer la relación de la cultura del ocio en el sector turístico para potenciar las oportunidades que los diferentes actores del sector turístico Identificar cuáles son las tendencias de la economía del ocio en la sociedad contemporánea, así como las implicaciones socioculturales y ambientales.	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la cultura y economía del ocio y el turismo	6	0
<b>2</b>	Rasgos culturales del ocio	3	0
<b>3</b>	Perspectiva económica del ocio	6	0
<b>4</b>	El ocio y el turismo en la sociedad contemporánea	6	0
<b>5</b>	Desarrollo de la industria del ocio turístico y su impacto económico	6	0
<b>6</b>	Implicaciones socioculturales y ambientales del ocio y el turismo	9	0
<b>7</b>	Influencia del entorno económico, cultural y ambiental en el sector del ocio	6	0
<b>8</b>	El papel del gobierno y las organizaciones internacionales en la economía y cultura del ocio	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la cultura y economía del ocio y el turismo 1.1 Conceptos básicos 1.1.1 Turismo, ocio y tiempo libre 1.1.2 Cultura, antropología y civilización 1.1.3 Cultura del ocio 1.1.4 Economía del ocio 1.2 Antecedentes y evolución del tiempo libre y el ocio 1.3 El ocio y el turismo en el proceso de civilización 1.4 Perspectivas antropológicas del ocio y el turismo 1.5 Teoría de la clase ociosa 1.6 Funciones del ocio 1.6.1 Funciones psicosociológicas 1.6.2 Funciones sociales 1.6.3 Función económica 1.7 Importancia económica y cultural del ocio y el turismo 1.8 El tiempo libre y su empleo
<b>2</b>	Rasgos culturales del ocio 2.1 Componentes de la cultura y su relación con el ocio 2.2 Rasgos culturales del ocio 2.3 Factores de la nueva cultura del ocio 2.4 Estructura sociocultural 2.4.1 El ocio y la estructura demográfica 2.4.2 El ocio y los estratos sociales 2.4.3 Nivel cultural y situación profesional 2.4.4 Estilos de vida en las sociedad actuales 2.5 La motivación del ocio y el turismo 2.6 La experiencia personal, el flujo y la satisfacción turística 2.7 Ocio y calidad de vida 2.8 Las tendencias de consumo en el sector del ocio
<b>3</b>	Perspectiva económica del ocio 3.1 La idea del ocio y la idea del trabajo 3.2 La relación ocio-trabajo 3.2.1 Influencia del ocio en el trabajo 3.2.2 Influencia del trabajo sobre el ocio 3.3 Oferta y demanda de ocio y de bienes y servicios recreativos 3.4 Factores que influyen en la oferta y demanda de tiempo de ocio 3.4.1 Productividad 3.4.2 Utilidad esperada 3.4.3 Ingresos

	<p>3.4.4 Variación de la estructura demográfica</p> <p>3.4.5 Endeudamiento</p> <p>3.4.6 Otros</p> <p>3.5 El mercado de trabajo y la economía del ocio</p> <p>3.5.1 Renta nacional y su distribución</p> <p>3.5.2 Ingresos turísticos y su distribución</p> <p>3.5.3 La demanda de trabajo</p> <p>3.5.4 La oferta de trabajo y el equilibrio del mercado</p> <p>3.5.5 Salarios del sector turístico</p> <p>3.5.6 La estacionalidad y el empleo</p>
4	<p>El ocio y el turismo en la sociedad contemporánea</p> <p>4.1 El ocio y el turismo en la actualidad</p> <p>4.2 Organizaciones del ocio: sector público y privado</p> <p>4.3 Turismo y ocio digital</p> <p>4.4 Ocio ecológico: desarrollo sostenible y ocio</p> <p>4.5 El ocio y los juegos</p> <p>4.6 El ocio y la industria de la música</p> <p>4.7 El ocio y los parques temáticos y recreativos</p> <p>4.8 La industria cinematográfica</p> <p>4.9 El ocio y las actividades deportivas</p> <p>4.10 El ocio y el tiempo libre en México</p>
5	<p>Desarrollo de la industria del ocio turístico y su impacto económico</p> <p>5.1 Elementos del sistema turístico</p> <p>5.2 Desarrollo de la industria del ocio y flujos turísticos</p> <p>5.2.1 Desarrollo de la industria del ocio</p> <p>5.2.2 La demanda turística por regiones</p> <p>5.2.3 Factores que influyen en la demanda turística</p> <p>5.2.4 Movilidad general y desplazamiento de fin de semana</p> <p>5.3 Impacto en la economía nacional</p> <p>5.3.1 Costes y beneficios del ocio y el turismo</p> <p>5.3.2 Impacto en el PNB</p> <p>5.3.3 Creación de empleo en el sector del ocio</p> <p>5.3.4 Crecimiento económico</p> <p>5.3.5 Dependencia económica</p> <p>5.3.6 Otros</p> <p>5.4 Técnicas para la medición de los impactos secundarios</p> <p>5.4.1 Los multiplicadores del ocio</p> <p>5.4.2 El análisis inputs- outputs</p>
6	<p>Implicaciones socioculturales y ambientales del ocio y el turismo</p> <p>6.1 Impacto físico y ambiental</p> <p>6.1.1 Creación de infraestructura</p> <p>6.1.2 Economía ambiental y el uso de recursos</p> <p>6.1.3 Desgaste del medio natural y generación de residuos</p> <p>6.1.4 Efectos ambientales positivos del ocio</p> <p>6.2 Impacto sociocultural</p> <p>6.2.1 La relación residente-visitante</p> <p>6.2.2 Cambio cultural</p> <p>6.2.3 Cambio de actitud</p> <p>6.2.4 Estrés intercultural</p> <p>6.2.5 Transformación urbana</p> <p>6.2.6 Otros</p>
7	<p>Influencia del entorno económico, cultural y ambiental en el sector del ocio</p> <p>7.1 Factores económicos influyentes en la actividad del sector</p> <p>7.1.1 Impacto de la inflación en las organizaciones de ocio</p> <p>7.1.2 Presupuesto público</p> <p>7.1.3 Inversiones</p>

	7.1.4 Otros 7.2 Impacto ambiental de otros sectores sobre el sector del ocio 7.3 Impacto de la cultura en el desarrollo económico y turístico 7.4 Empresas multinacionales en el sector del ocio
8	El papel del gobierno y las organizaciones internacionales en la economía y cultura del ocio 8.1 El gobierno y las externalidades 8.1.1 Las externalidades: concepto y clasificación dentro del sector turístico 8.1.2 Instrumentos del Estado para combatir las externalidades 8.2 La gestión macroeconómica en el sector turístico: políticas macroeconómicas 8.3 Las regulaciones en el sector del ocio turístico 8.4 El gobierno como oferente y consumidor 8.5 Las leyes laborales y días de asueto 8.6 Impacto de las políticas estatales en el sector del ocio 8.7 Políticas de ocio y la cooperación internacional 8.8 Políticas de ocio a nivel internacional

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente

### Bibliografía básica

- Ascanio, A., (2011), Economía del turismo, técnicas y procedimientos de valoración, Colombia, Ediciones de la U.
- Castellanos Guerrero, A. y Machuca, J. (coords.), (2012), Turismo y antropología, miradas del Sur y el Norte, México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Castillo Serna, C. y Esteban Villamor, J., (2008), Nuevas tecnologías en la industria del ocio y el entretenimiento en España, España, Fundación EOI.
- Mantecón Terán, A., (2008), La experiencia del turismo: un estudio sociológico sobre el proceso turístico.-residencial, Barcelona, Editorial Icaria.
- ORTEGA Nuere, C., Bayón, F. (coords.), (2014), El papel del ocio en la construcción social del joven, Universidad de Deusto.
- Puertas, X., (2010), Gestión del ocio en el ámbito turístico, España, Editorial Síntesis.
- Quesada Castro, R., (2010), Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad, Costa Rica, EUNED.
- Santana, A., (2006), Antropología y turismo, ¿nuevas bordas, viejas culturas?, Barcelona, Editorial Ariel.
- IGARZA, Roberto, Burbujas de ocio, Nuevas formas de consumo cultural, Editorial La Crujía, Buenos Aires, 2009.
- Tribe, J., (2007), Economía del ocio y el turismo, España, Editorial Síntesis.
- Valls, J., (2004), Gestión de empresas de turismo y ocio: el arte de provocar la satisfacción, España, Editorial Gestión 2000.
- Vellas, F., (2004), Economía y política del turismo internacional, Madrid, Editorial Síntesis.
- Vogel, H., (2004), La industria de la cultura y el ocio, Madrid, Fundación Autor.
- Weiermair, K. and Mathies, C., (2004), The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future, New York.
- JENKINS, John and John Pigram (eds.), Encyclopedia of Leisure and Outdoor Recreation, Routledge, 2004.

### Bibliografía complementaria

- Juárez Gallego, M., *La cultura del ocio y su función de cambio social hacia el final del siglo XX*, 1993, Enero, 1993, Revista Complutense de Educación, Universidad Complutense de Madrid; Vol. 4, No 1, enero, 1993; pp. 29-52.
- Lida, C. y Pérez Toledo, S., (2001), *Trabajo, ocio y coacción, trabajadores urbanos en México y Guatemala en el siglo XIX*, México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Bull, A., (1994), *La economía del sector turístico*, Madrid, Editorial Alianza.
- Burns, P., (1999), *An introduction to tourism and anthropology*, London, Routledge.
- Del Valle Doistua, R., (2000), *Políticas de Ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación, Documentos de Estudio de Ocio*, núm. 17, Bilbao, Universidad de Deusto.
- Figuerola Palomo, M., (2000), *Introducción al estudio económico del turismo*, Madrid, Editorial Civitas.
- Getino, O., (2002), *Turismo, entre el ocio y el negocio. Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el Mercosur*, Argentina, Ediciones Ciccus,
- Ruiz Olabuénaga, J., (1996), *Los desafíos del ocio, Documentos de Estudio de Ocio*, núm. 3, Bilbao, Universidad de Deusto.
- Sue, R., (1980), *El ocio*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Thorstein, V., (1944), *Teoría de la clase ociosa*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Hayward, P., (2000), *Leisure and Tourism*, Oxford, Heinemann Educational Publishers.

### Recursos electrónicos

- Juárez Gallego, M. (1993). La cultura del ocio y su función de cambio social hacia el final del siglo XX. *Revista Complutense de Educación*, 4(1), pp. 29-52. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/viewFile/RCED9393120029A/17965>
- Muñoz de Escalona, F. (2000). Economía del ocio y trabajo no remunerado. *Cuaderno de Relaciones Laborales*, 17, pp. 163-192. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/viewFile/CRLA0000220163A/32468>
- Rodríguez Suárez, J. & Agulló Tomás, E. (1999). Estilos de vida, cultura, ocio y tiempo libre de los estudiantes universitarios. *Psicothema*, 11(2), pp. 247-259. Recuperado de <http://www.psicothema.com/pdf/204.pdf>
- Jolly, D. (2010). El ocio cotidiano. *ARQ*, (74), pp. 34-35. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37516379006>
- Arnulfo Ángel, M. (2001). Del tiempo libre al ocio. *Contribuciones desde Coatepec*, (1), pp. 35-47. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28100104>
- Pereyra, G. (2007). Heterogeneidad, improductividad y ocio. *Andamios, Revista de Investigación Social*, 3(6), pp. 217-237. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62830609>
- Baros, M. (2010). Los desplazamientos del ocio. *ARQ*, (74), pp. 36-39. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37516379007>

Cuenca Cabeza, M. (2009). Más allá del trabajo: el ocio de los jubilados. *Revista Mal-estar e Subjetividade*, IX(1), pp. 13-42.  
Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27113836002>  
Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>  
Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>  
Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>  
Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Diseño y Comercialización del Producto y Destino Turístico

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo			
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )	
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>				
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>			
		<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48			
		<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0			
		<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48			

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( x )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Reconocer y en su caso desarrollar, un producto turístico, así como de definir una estrategia de comercialización a partir de la investigación del mercado turístico, el análisis del potencial turístico de una zona, la detección de oportunidades de desarrollo regional y/o local, entre otros factores.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Identificar los productos turísticos la oferta y la demanda con base en el mercado meta y los hábitos de consumo de los productos turísticos Desarrollar modelos de productos turísticos, con base en las diferentes estrategias de diferenciación, así como la fijación de precios y los medios y formas de comercialización de estos productos.	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción al diseño y comercialización turística	6	0
2	El consumidor y la segmentación del mercado turístico	6	0
3	Planificación y desarrollo de productos turísticos	8	0
4	La fijación de precios	8	0
5	La promoción y comunicación en el sector turístico	6	0
6	La comercialización en el sector turístico	8	0
7	La distribución en el sector turístico	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Introducción al diseño y comercialización turística 1.1 El producto turístico 1.1.1 Niveles del producto turístico 1.1.2 Elementos y características del producto turístico 1.1.3 Clasificación de los productos turísticos 1.2 El destino turístico 1.2.1 Generalidades 1.2.2 Características 1.3 La servucción 1.4 El mercado turístico 1.4.1 Oferta Turística 1.4.2 Demanda turística 1.4.3 Hábitos del turista 1.4.4 El gasto turístico 1.4.5 El entorno competitivo 1.4.6 Otros 1.5 Factores que influyen en el desarrollo y comercialización de productos turísticos 1.5.1 Factores sociales 1.5.2 Factores económicos 1.5.3 Factores tecnológicos 1.5.4 Factores políticos 1.5.5 Factores demográficos 1.5.6 Otros 1.6 Sistemas de información de los mercados turísticos
2	El consumidor y la segmentación del mercado turístico 2.1 El turista como consumidor 2.2 Perfil y tipo de turistas 2.2.1 La motivación de compra 2.2.2 Factores que influyen en la decisión de compra 2.2.3 Los nuevos consumidores en el sector turístico 2.3 Valor, lealtad y satisfacción del cliente 2.4 Criterios de segmentación del mercado turístico 2.4.1 Por nivel socioeconómico 2.4.2 Por edad o sexo 2.4.3 Por lugar de residencia 2.4.4 Por personalidad y estilo de vida 2.4.5 Otros 2.4 Estrategias de Segmentación del mercado turístico
3	Planificación y desarrollo de productos turísticos 3.1 Conceptualización del producto turístico

	<p>3.2 Modelos de estrategias de desarrollo de productos turísticos</p> <p>3.2.1 Estrategia de diferenciación</p> <p>3.2.2 Estrategia de penetración en el mercado</p> <p>3.2.3 Estrategia de desarrollo del mercado</p> <p>3.2.4 Estrategia de desarrollo del producto</p> <p>3.2.5 Otros</p> <p>3.3 Investigación sobre el entorno y mercado del producto turístico</p> <p>3.4 Análisis de viabilidad del producto turístico</p> <p>3.4.1 Tipos de recursos turísticos</p> <p>3.4.2 Situación actual y tendencias de la actividad turística</p> <p>3.4.1 Evaluación de los recursos turísticos</p> <p>3.5 Portafolio de productos turísticos</p> <p>3.6 Desarrollo de productos turísticos físicos</p> <p>3.6.1 Tipos de productos físicos</p> <p>3.6.2 Análisis del desarrollo de productos físicos</p> <p>3.7 Desarrollo de paquetes turísticos</p> <p>3.7.1 Concepto y clasificación de paquetes turísticos</p> <p>3.7.2. Beneficios de los paquetes</p> <p>3.7.3 Importancia de los paquetes</p> <p>3.7.4 Proceso de producción de paquetes turísticos</p> <p>3.7.5 El circuito turístico</p> <p>3.7.5.1 Concepto y componentes</p> <p>3.7.5.2 Tipos de circuitos turísticos</p> <p>3.7.5.3 Manejo del tiempo</p> <p>3.7.5.4 Diagramación de circuitos turísticos</p> <p>3.7.6 Construcción de paquetes turísticos</p> <p>3.8 La innovación de productos en el sector turístico</p> <p>3.9 Calidad de los productos turísticos</p> <p>3.10 Los ciclos de vida en el sector turístico</p> <p>3.10.1 Fases del ciclo de vida del producto turístico</p> <p>3.10.2 Fases del ciclo de vida del destino turístico</p> <p>3.11 Las marcas en el sector turístico</p> <p>3.12 Posicionamiento de productos turísticos</p> <p>3.13 Los <i>clusters</i> en el sector turístico</p>
4	<p>La fijación de precios</p> <p>4.1 Definición</p> <p>4.2 Importancia del precio</p> <p>4.3 Condicionantes del precio en el sector turístico</p> <p>4.4 Métodos para la fijación de precios</p> <p>4.4.1 Fijación del precio en función de la demanda</p> <p>4.4.2 Fijación del precio en función al consumidor</p> <p>4.4.3 Fijación del precio en función a la competencia</p> <p>4.4.4 Fijación del precio en función a los costes</p> <p>4.4.5 Otros</p> <p>4.5. Estrategias de precio en el sector turístico</p> <p>4.6. <i>Yield Managment</i></p>
5	<p>La promoción y comunicación en el sector turístico</p> <p>5.1 El proceso de comunicación en el sector turístico</p> <p>5.2 Importancia de la comunicación para el posicionamiento del producto o destino turístico</p> <p>5.3 Elementos del modelo de comunicación en el sector turístico</p> <p>5.4 Componentes de un marketing de comunicación integral</p> <p>5.5 Estrategias de promoción: el mix de comunicación</p> <p>5.5.1 Relaciones públicas</p> <p>5.5.2 La publicidad</p> <p>5.5.3 Promoción de ventas</p> <p>5.5.4 Venta personal</p>

	5.5.5 Marketing directo 5.5.6 Marketing digital 5.6 Diseño y desarrollo de una estrategia de comunicación
6	La comercialización en el sector turístico 6.1 Definición 6.2 Clasificación 6.2.1 Comercialización directa 6.2.2 Comercialización individual 6.3 Estrategias de comercialización 6.3.1 Comercialización indiferenciada 6.3.2 Comercialización diferenciada 6.3.3 Comercialización concentrada 6.3.4 Otros 6.4 Plan de comercialización turística 6.4.1 Importancia del plan de comercialización 6.4.2 Fases del plan comercial 6.4.2.1 Descripción y análisis situacional 6.4.2.1.1 Análisis interno 6.4.2.1.2 Análisis externo 6.4.2.2 Segmentación y público objetivo 6.4.2.3 Definición de objetivos 6.4.2.4 Establecer políticas del plan 6.4.2.5 Diseñar estrategias comerciales 6.4.2.6 Plan de acción 6.4.2.7 Elaboración del presupuesto operativo 6.4.2.8 Seguimiento y control del plan
7	La distribución en el sector turístico 7.1 Conceptos básicos y características 7.2 Importancia de los sistemas de distribución 7.3 Canales de distribución en el sector turístico 7.1.3.1 Estructura del canal de distribución en el sector turístico 7.1.3.2 Criterios de selección del canal de distribución 7.4 Estrategias de distribución 7.5 Agentes de la distribución turística 7.5.1 Agencias de viajes y tour-operadores 7.5.2 Centrales de reserva 7.5.3 Brokers y Wholsalers 7.5.4 Asociaciones y agrupaciones turísticas 7.5.5 Franquicias y time-sharing 7.5.6 Otros 7.6 Sistemas Globales de Distribución

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )

Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente
<b>Bibliografía básica</b>	
<p>Acerenza, M., (2004), <i>Fundamentos de Marketing Turístico</i>, México, Editorial Trillas.</p> <p>Bayón Mariné, F., Martín Rojo, I., (2004), <i>Operaciones y procesos de producción en el sector turístico</i>, Madrid, Editorial Síntesis.</p> <p>Rabat, F., y Villacampa, O., (2010), <i>Diseño de productos turísticos y comercialización en turismo ecuestre. Plan de formación de turismo</i>, Barcelona, EQUUSTUR.</p> <p>Boullon, R., (2004), <i>Marketing turístico, Una perspectiva desde la planificación</i>, Argentina, Ediciones Turísticas de Mario Banchik.</p> <p>Cabarcos Novás, N., (2006), <i>Promoción y venta de servicios turísticos: Comercialización de servicios turísticos</i>, España, Editorial Ideas propias.</p> <p>Campo Martínez, S., y Yagüe Guillén, M., (2011), <i>Publicidad y promoción en las empresas turísticas</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Chan, N., (2005), <i>Circuitos Turísticos, programación y cotización</i>, Argentina, Ediciones Turísticas de Mario Banchik.</p> <p>Cubillo Pinilla, J. y Cerviño Fernández, J. (coord.), (2008), <i>Marketing Sectorial</i>, España, Editorial ESIC.</p> <p>Devashish, D., (2011), <i>Tourism Marketing</i>, India, Editorial Pearson.</p> <p>Díaz, B., (2011), <i>Diseño de Productos Turísticos</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Escobar, A., González, Y., (2011), <i>Marketing turístico</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Guerrero González, P., y Ramos Mendoza, J., (2011), <i>Introducción al Turismo</i>, México, Editorial Patria.</p> <p>Iglesias Tovar, J., Talón, P., García Viana, R., (2007), <i>Comercialización de productos y servicios turísticos</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Kotler, Philip, D. y Haider, D., (2007), <i>Marketing Internacional de lugares y destinos, Estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica</i>, México, Editorial Pearson.</p> <p>Llamas Arjona, C., (2009), <i>Marketing y Gestión de la Calidad Turística</i>, España, Editorial Liber Factory.</p> <p>Morrison, A., (2013), <i>Marketing and Managing Tourism Destinations</i>, New York, Editorial Routledge.</p> <p>Ojeda García, C. y Sinclair, P., (2012), <i>Marketing turístico</i>, España, Editorial Paraninfo.</p> <p>S/A, (2008), <i>Marketing turístico</i>, España, Editorial Vértice.</p> <p>Walder, B., Weiermair, K., y Sancho Pérez, A., (2006), <i>Innovation and Product Development in Tourism: Creating Sustainable competitive advantages</i>, Berlin, Editorial Erich Schmidt Verlag.</p> <p>World Trade Organization, (2011), <i>Handbook on tourism product development</i>, WTO.</p>	
<b>Bibliografía complementaria</b>	
<p>Bigné Alcañiz, E., Font Aulet, X., Simó, L., (2000), <i>Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo</i>, Madrid, Editorial ESIC.</p> <p>Bigné, E., y López, D., (dirs.), (2000), <i>Planificación territorial y comercialización turística</i>, España, Editorial Universitat Jaume.</p> <p>Cárdenas Tabares, F., (1983), <i>Comercialización del Turismo, Determinación y análisis de mercados</i>, México, Editorial Trillas.</p> <p>Cárdenas Tabares, F., (1991), <i>La segmentación del Mercado Turístico, comercialización y venta</i>, México, Editorial Trillas.</p> <p>Del Alcázar Martínez, B., (2002), <i>Los canales de distribución en el sector turístico</i>, España, Editorial ESIC.</p>	

Gómez Borja, M., Mondéjar Jiménez, J., Sevilla Sevilla, C., (2005), *Gestión del turismo cultural y de ciudad*, España, Editorial Universidad de Castilla-La Mancha.

Secretaría de Turismo, (1992), *Promoción y Comercialización de Turismo receptivo y nacional*, México, Editorial Limusa.

Soriano Soriano, C., (1993), *Las tres dimensiones del Marketing de servicios*, España, Ediciones Díaz de Santos.

### **Recursos electrónicos**

Salinas Chávez, E. & Medina Pérez, N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(2), pp. 227-242. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180714240007>

Serra Cabado, J. & Pujol Marco, L. (2001). Los espacios temáticos patrimoniales:

Una metodología para el diseño de productos turísticos culturales. *Estudios Turísticos*, (150), pp. 57-81. Recuperado de <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-150-2001-pag57-81-87319.pdf>

Méndez Benavides, J. R. (2007). *Guía de estudio, comercialización del producto turístico – COPROTUR*. Universidad Estatal A Distancia, Escuela De Ciencias Sociales y Humanidades: España. Recuperado de <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/343/1/GE5172%20Comercializaci%C3%B3n%20del%20producto%20tur%C3%ADstico%20-%202007%20-%20Turismo.pdf>

Buhalis, D. & Matloka, J. (2011). Impulsar la comercialización electrónica de destinos turísticos con la personalización de contenidos: la economía de las colas largas. *Estudios Turísticos*, (189), pp. 9-35. Recuperado de

[http://www.academia.edu/1961284/Impulsar\\_la\\_comercializacion\\_electronica\\_de\\_destinos\\_turisticos\\_con\\_la\\_personalizacion\\_de\\_contenidos\\_La\\_economia\\_de\\_las\\_colas\\_largas](http://www.academia.edu/1961284/Impulsar_la_comercializacion_electronica_de_destinos_turisticos_con_la_personalizacion_de_contenidos_La_economia_de_las_colas_largas)

Da Cruz, G. & De Camargo, P. (2008). Estrategias de promoción en la web: análisis de destinos turísticos internacionales.

*Estudios y perspectivas en turismo*, 17, pp. 156-169. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v17n2/v17n2a05.pdf>

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Gestión de Destinos Turísticos

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
		<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48		
		<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0		
		<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48		

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna</b> ( x )	
<b>Obligatoria</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Conocer las bases teóricas y lineamientos de la gestión de destinos turísticos, así como aplicar las técnicas y herramientas para la gestión eficiente de una organización turística	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de:	
Conocer los diversos modelos de gestión de destinos turísticos.	
Comprender el contexto en que se suscribe la planificación para su aplicación en el turismo.	
Conocer los diferentes métodos y técnicas existentes para planificación de la actividad turística, así como conocer y aplicar las herramientas que le permitan medir la calidad de los servicios turísticos	
Desarrollar las herramientas de marketing que permitan el desarrollo de un producto de manera exitosa en el sector turístico.	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la gestión de destinos turísticos	4	0
<b>2</b>	Gestión de destinos turísticos	8	0
<b>3</b>	Planificación y desarrollo de destinos turísticos competitivos	10	0
<b>4</b>	Marketing y desarrollo de productos de un destino turístico	8	0
<b>5</b>	Construcción y estrategias para el mejoramiento de los destinos turísticos	10	0
<b>6</b>	Monitoreo y medición de la calidad de un destino	8	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la gestión de destinos turísticos 1.1. Destino turístico 1.1.1. Concepto 1.1.1. Tipologías de destinos turísticos 1.1.2. Componentes y estructura del destino turístico 1.1.3 Agentes del destino 1.2. Tendencias actuales de los mercados turísticos 1.3. Ciclo de vida de los destinos turísticos 1.3.1 Teoría del ciclo de vida del destino turístico de Butler 1.3.2 Fases 1.4 Destinos turísticos maduros 1.5 Renovación de destinos turísticos maduros
<b>2</b>	Gestión de destinos turísticos 2.1 Concepto 2.2 Organización de la gestión de destinos 2.3 Funciones 2.4 Modelos de gestión de destinos turísticos
<b>3</b>	Planificación y desarrollo de destinos turísticos competitivos 3.1. La competitividad en el sector turístico 3.1.2. Índice de Competitividad en el sector turístico 3.1.3. Factores que inciden en la competitividad de un destino turístico 3.2. Características y principios de la planeación de destinos turísticos 3.3. Condicionantes de planificación 3.4. Barreras para la planificación 3.5. Proceso de planificación de destinos turísticos 3.5.1. Criterios básicos 3.5.2. El sistema turístico: los destinos turísticos como espacios dinámicos 3.5.3. Metodologías del proceso de planificación 3.6. Desarrollo turístico sostenible y la planificación 3.7. Análisis del destino turístico 3.7.1. Técnicas e instrumentos para la evaluación del destino turístico 3.7.2. Análisis de mercados potenciales 3.7.3. Análisis de la demanda turística 3.7.4. Evaluación de los recursos del destino turístico 3.7.5. Análisis de imagen del destino turístico 3.7.6. Análisis de la comunidad 3.7.7. Evaluación de la capacidad de carga 3.7.8. Análisis y evaluación del impacto económico, social y ambiental 3.7.9. Análisis de competidores 3.7.10. Otros
<b>4</b>	Marketing y desarrollo de productos de un destino turístico

	<ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. El destino como producto turístico</li> <li>4.2. Estrategias del producto turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1. Diversificación</li> <li>4.2.2. Desarrollo de mercado</li> <li>4.2.3. Penetración en el mercado</li> <li>4.2.4. Otros</li> </ul> </li> <li>4.3. Principios del desarrollo de un producto turístico</li> <li>4.4. Portafolio de productos turísticos y desarrollo de productos turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.1. Proceso para el desarrollo de un portafolio de productos turísticos</li> <li>4.4.2. Proceso de desarrollo de nuevos productos</li> </ul> </li> <li>4.5. Desarrollo de paquetes</li> <li>4.6. Análisis de los clúster turísticos</li> <li>4.7. Estructura del mercado turístico</li> <li>4.8. Análisis estratégico de destinos turísticos</li> <li>4.9. Estrategia de marketing para destinos turísticos</li> <li>4.10. Creación y desarrollo de marca</li> </ul>
<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Construcción y estrategias para el mejoramiento de los destinos turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. Elementos para la construcción de destinos turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1.1. Recursos turísticos</li> <li>5.1.2. Accesibilidad</li> <li>5.1.3. Comunidad y agentes involucrados</li> <li>5.1.4. Otros</li> </ul> </li> <li>5.2. La ordenación de espacios urbanos <ul style="list-style-type: none"> <li>5.2. La planificación de espacios urbanos monumentales</li> </ul> </li> <li>5.3. La ordenación de los espacios naturales</li> <li>5.4. La planificación regional de la actividad turística</li> <li>5.5. Estrategias para el mejoramiento del lugar <ul style="list-style-type: none"> <li>5.5.1. Diseño Urbano</li> <li>5.5.2. Mejoramiento de la infraestructura <ul style="list-style-type: none"> <li>5.5.3. Servicios básicos <ul style="list-style-type: none"> <li>5.5.3.1. Protección civil y de la propiedad</li> <li>5.5.3.1. Seguridad Social</li> <li>5.5.3.1. Educación</li> </ul> </li> <li>5.5.4. Atractivos <ul style="list-style-type: none"> <li>5.5.4.1. Atractivos naturales</li> <li>5.5.4.2. Atractivos históricos</li> <li>5.5.4.3. Atractivos culturales</li> <li>5.5.4.4. Entretenimiento y actividades deportivas</li> <li>5.5.4.5. Zonas comerciales</li> <li>5.5.4.6. Otros atractivos</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<b>6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoreo y medición de la calidad de un destino <ul style="list-style-type: none"> <li>6.1. Indicadores</li> <li>6.2. Modelos de medición de la calidad percibida de los destinos turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>6.2.1. HOLSAT</li> <li>6.2.2. RESORTQUAL</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

<b>Estrategias didácticas</b>		<b>Evaluación del aprendizaje</b>	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )

Prácticas de campo	( X )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente
<b>Bibliografía básica</b>	
<p>Acerenza, M., (2009), <i>Competitividad de los destinos turísticos</i>, México, Editorial Trillas.</p> <p>Antón Clavé, S., y González Reverté, F., (coords.), (2005), <i>Planificación territorial del turismo</i>, España, Editorial UOC.</p> <p>Castellanos Hernández, E., (2011), <i>Planeación del espacio turístico</i>, México, Editorial Trillas.</p> <p>Crespi, M. y Planells, M., (2011), <i>Destinos turísticos</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Kotler, P., Gertner, D., Rein, I., Haider, D., (2007), <i>Marketing Internacional de lugares y destinos, Estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica</i>, Editorial Pearson, México, Prentice Hall.</p> <p>Troitiño Vinuesa, M., García Marchante, J., García Hernández, M., (2008), <i>Destinos turísticos: viejos problemas ¿Nuevas soluciones?</i>, España, Ediciones de la Universidad de Castilla la Mancha.</p> <p>Valls, J., (2006), <i>Gestão Integral de Destinos Turísticos Sustentáveis</i>, Brasil, Editorial FGV.</p> <p>Vera Rebollo, J., Rodríguez Sánchez, I., (2012), <i>Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades</i>, España, Universitat de Valencia.</p> <p>Vignati Scarpati, F., (2008), <i>Gestão de destinos turísticos, como atraer pessoas para pólos, cidades e países</i>, Brasil, Edistora Senac.</p> <p>World Tourism Organization, (2007), <i>A Practical Guide to Tourism Destination Management</i>, Spain, WTO.</p>	
<b>Bibliografía complementaria</b>	
<p>Antón Clavé, S., y González Reverté, F., (coords.), (2007), <i>A propósito del turismo, la construcción social del espacio turístico, España</i>, Editorial UOC.</p> <p>Valls, J., (2004), <i>Gestión de destinos turísticos sostenibles</i>, España, Editorial Gestión 2000</p>	
<b>Recursos Electrónicos</b>	
<p>Alonso Ferreras, V. H. (2010). Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. <i>Estudios y Perspectivas en Turismo</i>, 19(2), pp. 201-220. Recuperado de <a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713901003">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713901003</a></p> <p>Da Cruz, G. &amp; De Camargo, P. (2008). Estrategias de promoción en la web. Análisis de destinos turísticos internacionales. <i>Estudios y Perspectivas en Turismo</i>, 17(2), pp. 156-169. Recuperado de <a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713896005">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713896005</a></p> <p>Matas, V., Pérez D., Barba, G. &amp; Díaz, J. (et. al.). (2008). Modelos de Gestión Turística Local. Principios y prácticas. Madrid: Federación Española de Municipios y Provincias. Recuperado de <a href="http://www.femp.es/files/566-679-archivo/Manual%20Modelos%20de%20Gestion%20I.pdf">http://www.femp.es/files/566-679-archivo/Manual%20Modelos%20de%20Gestion%20I.pdf</a></p> <p>Oyarzún Méndez, E. &amp; Szmulewicz Espinosa, P. (2002) Fortalecimientos de la Gestión en Destinos Turísticos: Fundamentos. <i>Gestión Turística</i>, (4), pp. 93 -102. Recuperado de <a href="http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n4/art07.pdf">http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n4/art07.pdf</a></p>	

Montaño Armendáriz, A., Pérez Concha, J. C., & De La O Burrola, V. (2014). Reposicionamiento para destinos turísticos consolidados: el caso de Los Cabos, México. *Cuadernos de Turismo*, (33), pp. 271-295. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39830442012>

Díez Santo, D. (2011). La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas. *Investigaciones Turísticas, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante*, (1), pp. 69-92. Recuperado de [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/18097/1/Investigaciones%20Turisticas\\_01\\_05.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/18097/1/Investigaciones%20Turisticas_01_05.pdf)



López Bonilla, J. M. & López Bonilla, L. M. (2007). Diferencias territoriales en la planificación y la gestión del destino turístico. *Cuadernos de turismo*, (19), pp. 71-90. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2316411>

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN</b> <b>MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN</b>	
---	---	---

**Programa de Actividad Académica** Gestión de Marcas de Destinos Turísticos

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
		<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48		
		<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0		
		<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48		

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna</b> ( x )	
<b>Obligatoria</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Conocer los fundamentos del branding de destino turístico o marca de territorio y será capaz de construir, comercializar y gestionar una marca de manera efectiva.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de:	
Adquirir los conocimientos básicos de Branding necesarios para su desarrollo profesional en el sector turístico.	
Reconocer la importancia que tiene la imagen de las marcas y su aplicación como elementos fundamentales de gestión y comunicación.	
Crear marcas nuevas así como hacer crecer y gestionar marcas establecidas.	
Adquirir las bases para gestionar las marcas a nivel estratégico y global.	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a la gestión de marcas de destinos turísticos	6	0
2	Fundamentos del <i>branding</i> de destinos turísticos o marca de territorio	6	0
3	Lineamiento para la preparación de una estrategia de <i>branding</i>	6	0
4	Proceso de construcción de una marca de territorio	6	0
5	La marca de territorio y el marketing del destino turístico	6	0
6	Gestión de la marca de territorio	6	0
7	Las estrategias de <i>branding</i> : Estudios de caso	6	0
8	Oportunidades y desafíos del <i>branding</i> de destinos	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	<p>Introducción a la gestión de marcas de destinos turísticos</p> <p>1.1 El contexto mundial entorno a los destinos turísticos</p> <p>1.1.1. Tendencias mundiales del turismo</p> <p>1.1.2. Comportamiento de la demanda turística</p> <p>1.1.3. El entorno competitivo</p> <p>1.1.4. Cambios tecnológicos</p> <p>1.2. El comportamiento del turista</p> <p>1.2.1. Enfoque económico</p> <p>1.2.2. Enfoque psicosociológico</p> <p>1.2.3. Enfoque motivacional</p> <p>1.2.4. Factores que influyen en el comportamiento del turista</p> <p>1.2.5. Tendencias del comportamiento del turista</p>
2	<p>Fundamentos del <i>branding</i> de destinos turísticos o marca de territorio</p> <p>2.1. El Destino turístico</p> <p>2.1.1. Concepto de destino turístico</p> <p>2.1.2. El destino como producto turístico</p> <p>2.1.3. Clasificación de los destinos turísticos</p> <p>2.2. El <i>branding</i> o marca de territorio</p> <p>2.2.1. Concepto de <i>branding</i> o marca de territorio</p> <p>2.2.2. Tipos de marca de base territorial</p> <p>2.2.2.1. Marcas de destino</p> <p>2.2.2.2. Marca nacional</p> <p>2.2.2.3. Marcas de lugar</p> <p>2.2.2.4. Marcas temáticas</p> <p>2.2.2.5. Otros</p> <p>2.2.3. Características de una marca de territorio efectiva</p> <p>2.2.3.1. Visión y significado</p> <p>2.2.3.2. Autenticidad</p> <p>2.2.3.3. Coherencia de la marca</p> <p>2.2.3.4. Flexibilidad</p> <p>2.2.3.5. Compromiso</p> <p>2.2.3.6. Valor capital de marca</p> <p>2.2.3.7. Diferenciación</p> <p>2.2.3.8. Sustentabilidad</p> <p>2.2.3.9. Otros</p> <p>2.2.4. Componentes de la marca de territorio</p> <p>2.2.5. La función e importancia del <i>branding</i> de territorio</p> <p>2.2.6. Diferencias y similitudes entre el <i>branding</i> de territorio y <i>branding</i> corporativo</p> <p>2.3. La identidad, imagen y reputación de un destino (<i>place reputation</i>)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.3.1. Conceptualización, características y diferencias</li> <li>2.3.2. Percepción del destino turístico <ul style="list-style-type: none"> <li>2.3.2.1. Conciencia del destino turístico</li> <li>2.3.2.2. Las asociaciones del destino turístico</li> <li>2.3.2.3. Calidad percibida del destino turístico</li> </ul> </li> <li>2.3.3. Métodos para la medición de la percepción del público</li> <li>2.3.4. Corregir o reconstruir la imagen negativa de un destino</li> <li>2.4. Modelos de construcción de marcas</li> </ul>
<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lineamiento para la preparación de una estrategia de <i>branding</i></li> <li>3.1. Definición de los objetivos del <i>branding</i></li> <li>3.2. La posición de la marca de territorio</li> <li>3.3. El proceso de branding <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.1. Evaluación del destino</li> <li>3.3.2. Análisis de segmentación</li> <li>3.3.3. Análisis DAFO</li> <li>3.3.4. Estructura de la marca: La relación con las sub-marcas</li> <li>3.3.5. Maximizar la participación de las partes interesadas (accionistas)</li> <li>3.3.6. Estudio de la percepción de los consumidores y consumidores potenciales</li> <li>3.3.7. Identificación y análisis de los competidores</li> <li>3.3.8. Definición del mercado meta y mercado secundario</li> <li>3.3.9. Definición del modelo de construcción de marca</li> <li>3.3.10. La marca en el marketing del destino turístico</li> </ul> </li> </ul>
<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proceso de construcción de una marca de territorio</li> <li>4.1. Comunicaciones de marketing</li> <li>4.2. La identidad de la marca <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1. La identidad visual de la marca <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1.1. El logotipo o símbolos visuales</li> <li>4.2.1.2. Colores corporativos</li> <li>4.2.1.3. La tipografía</li> <li>4.2.1.4. Otros</li> </ul> </li> <li>4.2.2. La identidad verbal de la marca <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.2.1. El eslogan</li> <li>4.2.2.2. La voz de la marca</li> <li>4.2.2.3. El tono de voz</li> <li>4.2.2.4. Sonidos (música, jingles, voces corporativas, etc.)</li> <li>4.2.2.5. Otros</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>4.3. Los valores de la marca</li> <li>4.4. Consideraciones adicionales <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.1. Crear una marca con un presupuesto limitado</li> <li>4.4.2. La vida útil de una marca</li> <li>4.4.3. La calidad del producto turístico como un elemento fundamental para el branding</li> <li>4.4.4. Otros</li> </ul> </li> </ul>
<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La marca de territorio y el marketing del destino turístico</li> <li>5.1. Segmentación del mercado</li> <li>5.2. Planeación y diseño de una estrategia de promoción de destinos turístico</li> <li>5.3. El mix promocional <ul style="list-style-type: none"> <li>5.3.1. Publicidad</li> <li>5.3.2. Promoción de venta</li> <li>5.3.3. Relaciones publicas</li> <li>5.3.4. Venta personal</li> <li>5.3.5. Otros</li> </ul> </li> <li>5.4. Coherencia de las técnicas de marketing con los valores de la marca</li> <li>5.5 Marketing interno <ul style="list-style-type: none"> <li>5.5.1. El proceso del marketing interno</li> <li>5.5.2.El personal</li> <li>5.5.3.Los residentes</li> <li>5.5.4.Partes interesadas</li> </ul> </li> </ul>

	<p>5.6. Distribución de la imagen y los mensajes de un destino turístico</p> <p>5.7. Estrategias para fomentar una marca de territorio</p> <p>5.7.1. Eventos</p> <p>5.7.2. Redes sociales</p> <p>5.7.3. Otros</p>
6	<p>Gestión de la marca de territorio</p> <p>6.1. Elaboración de manuales de la marca de territorio</p> <p>6.2. Capacitación en el manejo de la marca de territorio</p> <p>6.3. Manejo de los atractivos turísticos</p> <p>6.4. Gestión del ciclo de vida del producto turístico</p> <p>6.4.1. Estrategias para extender el ciclo de vida de un producto turístico</p> <p>6.5. Proceso de desarrollo de un portafolio del producto turístico</p> <p>6.6. Proceso de creación de un nuevo producto turístico</p> <p>6.7 Evaluación y renovación de la marca</p> <p>6.8. Seguimiento y análisis del impacto de la marca</p> <p>6.9. Estrategias para el mejoramiento del lugar</p> <p>6.10 Otros</p>
7	<p>Las estrategias de <i>branding</i>: Estudios de caso</p> <p>7.1. Branding temático: Disney World</p> <p>7.2. Branding como estrategia después de una catástrofe: Nuevo Orleans</p> <p>7.3. Branding como estrategia post- conflicto: Irlanda del Norte, Bosnia y Herzegovina</p> <p>7.4. Branding a través del uso el léxico urbano: Londres, Nueva York y Barcelona</p> <p>7.5. Branding a través de la reconstrucción de una imagen: Nueva Zelanda y España</p> <p>7.6. Otros</p>
8	<p>Oportunidades y desafíos del <i>branding</i> de destinos</p> <p>8.1. El papel de la economía de la experiencia</p> <p>8.2. El uso de tecnología: El branding de destinos turísticos en la era digital</p> <p>8.3. El papel de las redes sociales</p> <p>8.4. El papel de la política y el gobierno</p> <p>8.5. Otros</p>

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado

<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente
<b>Bibliografía básica</b>	
<p>AA.VV. Harvard Business Review, (2005), <i>Gestión de marcas</i>, España, Editorial Deusto.</p> <p>Anholt, S., (2007), <i>Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions</i>, UK, Editorial Palgrave Macmillan.</p> <p>Anholt, S., (2010), <i>Places: Identity, Image and Reputation</i>, UK, Editorial Palgrave Macmillan.</p> <p>Baker, B., (2007), <i>Destination Branding for Small Cities: The Essentials for Successful Place</i>, USA, Editorial Creative Leap Books.</p> <p>Batey, M., (2014), <i>Significado de la marca, El: Cómo y por qué ponemos sentido a productos y servicios</i>, Buenos Aires, Ediciones Granica.</p> <p>Cai, L., Gartner, W., Munar, M., (eds.), (2009), <i>Tourism Branding: Communities in Action</i>, UK, Editorial Emerald Books.</p> <p>Conley, L., (2010), <i>DOM: Desorden obsesivo por las marcas</i>, Barcelona, Editorial Península.</p> <p>Dinnie, K., (2008), <i>Nation branding, concepts, issues, practice</i>, UK, Editorial Elsevier.</p> <p>Femenía Millet, O., (2011), <i>La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing</i>.</p> <p>Kotler, P., Gertner, D., Rein, I., y Haider, D., (2007), <i>Marketing Internacional de lugares y destinos, Estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica</i>, México, Editorial Pearson, Prentice Hall.</p> <p>Lane Keller, K., (2008), <i>Administración estratégica de marca, Branding</i>, México, Editorial Pearson.</p> <p>Llamas Arjona, C., (2009), <i>Marketing y Gestión de la Calidad Turística</i>, España, Editorial Liber Factory.</p> <p>Moilanen, T., Rainisto, S., (2009), <i>How to Brand Nations, Cities and Destinations: A Planning Book for Place branding</i>, UK, Palgrave Macmillan.</p> <p>Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R., (2004), <i>Destination Branding</i>, UK, Editorial Elsevier.</p> <p>Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R., (2011), <i>Destination Brands, Managing Place Reputation</i>, UK, Editorial Elsevier.</p> <p>Morrison, A., (2013), <i>Marketing and Managing Tourism Destinations</i>, USA, Editorial Routledge.</p> <p>Organización Mundial de Turismo, (2011), <i>Manual sobre branding de destinos turísticos</i>. Con una introducción de Simon Anholt, España, 2011, OMT.</p> <p>Pike, S., (2004), <i>Destination Marketing Organisations</i>, Netherlands, Editorial Elsevier.</p> <p>Rodríguez Rodríguez, G., Martínez Roget, F., (coord.), (2009), <i>Nuevos retos para el turismo</i>, España, Editorial Netbiblo.</p> <p>Valls, J., (2004), <i>Gestión de destinos turísticos sostenibles</i>, España, Editorial Gestión 2000.</p> <p>Vela, J., (2012), <i>Teoría y métodos para marcas de territorio</i>, España, Editorial UOC.</p> <p>Wheeler, A., (2013), <i>Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, an essential guide for the whole branding team</i>, New Jersey, Editorials John Wiley &amp; Sons.</p> <p>World Tourism Organization, (2007), <i>A Practical Guide to Tourism Destination Management</i>, Spain, Editorial WTO.</p>	
<b>Bibliografía complementaria</b>	
<p>Aacker, D., (1996), <i>Construir Marcas Poderosas</i>, Barcelona, Ediciones Gestión 2000.</p> <p>Bigné Alcañiz, E., Font Aulet, X., Andreu Simón, L., (2000), <i>Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo</i>, España, Editorial ESCI.</p> <p>Goldstone, P., (2003), <i>Turismo: más allá del ocio y del negocio</i>, España, Editorial Random House Mondadori.</p> <p>Pine, B., Gilmore, J., (2000), <i>La economía de la experiencia: el trabajo es teatro y cada empresa es un escenario</i>, México, Ediciones Granica.</p> <p>Valdés Peláez (coord.), Luis, (1996), <i>Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales</i>, España, Editorial Universidad de Oviedo.</p>	
<b>Linkografía</b>	
<p>Fernández-Cavia, J. &amp; Huertas, A. (2014). La gestión de las marcas de destino y de territorio desde la perspectiva de las relaciones públicas. <i>Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi</i>, 31(1), pp. 9-26. doi: 10.2436/20.3008.01.117. Recuperado de <a href="http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000204%5C00000048.pdf">http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000204%5C00000048.pdf</a></p> <p>Hellín Ortuño, P. A. &amp; Pérez, C. (2011). La gestión de la imagen de marcas turísticas en internet. Estudio de su presencia pública. <i>Sphera Pública, Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación</i>, (11), pp. 261-272. Recuperado de <a href="http://www.redalyc.org/pdf/297/29729580015.pdf">http://www.redalyc.org/pdf/297/29729580015.pdf</a></p>	

Gómez Álvarez, A. (2007). Análisis de los activos del valor de marca turística: diferenciación, gestión de imagen, calidad percibida, fidelización, el marketing de viva voz y la comunicación integrada. *Anuario Jurídico y Económico Escorialense*, XL, pp. 591-630. Recuperado de <http://www.rcumariacristina.com/wp-content/uploads/2010/12/JAALMUDENAGOMEZ.pdf>

Traverso Cortes, J. & Román Onsalo, M. (2006). Desarrollo de la imagen de un destino turístico. Modelo de gestión. *FACES, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional del Mar del Plata*, 12(25), pp. 43-68. Recuperado de [http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/FACES\\_n25\\_43-68.pdf](http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/FACES_n25_43-68.pdf)

Rodríguez Ducallín, E. J., Requena Mago, K. E., Muñoz Rengel, J. F. & Olarte Pascual, M. C. (2006). Imagen turística de los países latinoamericanos en el mercado español. *Cuadernos de Turismo*, 17, pp. 189-199. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2013213>



Casilda Béjar, R. & González Silvestre, E. (2002). La marca país como ventaja competitiva, el valor de la marca España. *ICE, Revista de economía*, (799), pp. 101-114. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=256325>

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>

 <div style="text-align: center;"> <p><b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b>  <b>PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN</b>  <b>MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN</b></p> </div> 
---

**Programa de Actividad Académica:** Innovación y Desarrollo en la Industria Turística

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
		<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48		
		<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0		
		<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48		

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( x )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Analizar la dinámica de los procesos de innovación en el sector turístico, así como de definir estrategias de innovación para implementar o elevar la productividad y competitividad de las organizaciones turísticas.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Identificar los fundamentos de los destinos turísticos , así como las tendencias e innovación en el sector turístico Reconocer los apoyos y restricciones gubernamentales para el desarrollo e innovación de los productos turísticos, así como las tendencias contemporáneas y las tendencias en México y América Latina	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la innovación y desarrollo turístico	6	0
<b>2</b>	Conocimiento, creatividad e innovación en el sector turístico	6	0
<b>3</b>	Sistema de innovación turística	8	0
<b>4</b>	Proceso de innovación turística	8	0
<b>5</b>	La innovación y el emprendimiento en el sector turístico	8	0
<b>6</b>	El Estado y la política turística en la innovación y desarrollo turístico	6	0
<b>7</b>	Innovación y nuevas tendencias del turismo en México	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la innovación y desarrollo turístico 1.1 Conceptos básicos 1.1.1 Definición de innovación 1.1.2 Definición de desarrollo 1.1.3 Investigación, desarrollo e innovación 1.2 La innovación y desarrollo en el sector turístico 1.3 Paradigmas del desarrollo e innovación turística 1.3.1 Cognitivo 1.3.2 Comportamental 1.4 Tipos de innovación turística 1.4.1 Innovación de productos o servicios turísticos 1.4.2 Innovación de procesos 1.4.3 Innovación del mercado 1.4.4 Innovación de marketing 1.4.5 Innovación organizacional y de gestión 1.4.6 Innovación de logística 1.4.7 Otros 1.5 Naturaleza de la innovación en el sector turístico 1.5.1 Según la intensidad de las innovaciones 1.5.1.1 Innovaciones incrementales 1.5.1.2 Innovaciones radicales 1.5.2 Según el grado Racionalidad- emotividad de la innovación 1.5.2.1 Innovación tecnológica-racional 1.5.2.2 Sentidos- emocional 1.5.3 Otras clasificaciones 1.6 Factores que impulsan la innovación turística 1.6.1 Competitividad 1.6.2 Tendencias económicas 1.6.3 Demanda de innovación 1.6.4 Cambio tecnológico 1.6.5 Estrategias y recursos empresariales 1.6.6 Cultura organizacional 1.6.7 Emprendimiento 1.6.8 El papel del estado 1.6.9 Networks y clústers de innovación 1.6.10 Otros 1.7 La innovación como herramienta de desarrollo y competitividad 1.8 Innovación turística sostenible 1.9 La innovación y el estudio de género
<b>2</b>	Conocimiento, creatividad e innovación en el sector turístico

	<p>2.1 El conocimiento como motor de la innovación</p> <p>2.2 Tipos de conocimiento</p> <p>2.2.1 Conocimiento codificado</p> <p>2.2.2 Conocimiento táctico</p> <p>2.3 Transferencia de conocimiento</p> <p>2.3.1 Traserencia de conocimiento inter-organizacional</p> <p>2.3.2 Traserencia de conocimiento intra-organizacional</p> <p>2.4 La formación de redes tecnológicas: cooperación y colaboración</p> <p>2.5 La gestión del conocimiento para la promoción de la innovación en el sector turístico</p> <p>2.6 La creatividad en el sector turístico</p> <p>2.6.1 Concepto de creatividad</p> <p>2.6.2 Ventajas y uso de las estrategias creativas en el sector turístico</p>
3	<p>Sistema de innovación turística</p> <p>3.1 Concepto y características</p> <p>3.2. Componentes del sistema de innovación</p> <p>3.3 Niveles de análisis de los sistemas de innovación turística</p> <p>3.3.1. Sistema de innovación nacional</p> <p>3.3.2. Sistema de innovación regional</p> <p>3.3.3. Sistema de innovación sectorial</p> <p>3.3.4. Sistema de innovación tecnológica</p> <p>3.3.5. Otros</p> <p>3.4. La innovación turística desde un enfoque evolutivo</p> <p>3.5. La innovación turística desde el enfoque de los clusters</p> <p>3.6. El enfoque del milieu de innovación</p> <p>3.7. Modelos de Sistemas de innovación</p>
4	<p>Proceso de innovación turística</p> <p>4.1 Fases del proceso de innovación turística</p> <p>4.1.1 Análisis del entorno</p> <p>4.1.2 Búsqueda y entendimiento del problema</p> <p>4.1.3 Determinación de metas y soluciones</p> <p>4.1.4 Ejecución</p> <p>4.1.5 Aceptación del mercado</p> <p>4.1.6 Evaluación de las estrategias de innovación</p> <p>4.2 La innovación en las empresas</p> <p>4.2.1 La innovación en la creación de empresas turísticas</p> <p>4.2.2 Turismo e innovación en los modelos de negocio</p> <p>4.2.3 La innovación a través de la cadena de valor</p> <p>4.3 La innovación de servicios turísticos</p> <p>4.3.1 Diseño de experiencias turísticas (servicios turísticos)</p> <p>4.4 La innovación de productos y destinos turísticos</p> <p>4.4.1 Principios de la creación de productos turísticos</p> <p>4.4.2 Innovación organizacional en el marketing de destinos turísticos</p> <p>4.4.3 Innovación sustentable en los destinos turísticos</p> <p>4.5 Indicadores y medición de la innovación</p>
5	<p>La innovación y el emprendimiento en el sector turístico</p> <p>5.1 El emprendedor</p> <p>5.1.1 Concepto y características</p> <p>5.1.2 Perfil y tipología del emprendedor</p> <p>5.2 El papel del emprendedor en el proceso de innovación</p> <p>5.3 El proceso emprendedor</p> <p>5.4 El emprendimiento corporativo o <i>intrapreneurship</i> en el sector turístico</p> <p>5.5 El emprendedor y la gestión del ciclo de vida de los productos y destinos</p> <p>5.6 El emprendedor y la toma de decisiones en el sector turístico</p>
6	<p>El Estado y la política turística en la innovación y desarrollo turístico</p> <p>6.1 El papel del estado en la innovación y desarrollo turístico</p> <p>6.2 Legislación y regulaciones entorno a la innovación</p>

	6.3 Patentes e innovaciones 6.4 La política turística y la innovación: principios para la construcción de una política turística orientada a la innovación
7	Innovación y nuevas tendencias del turismo en México 7.1. Situación actual y futuro de la innovación turística 7.2. La innovación y las nuevas tendencias o corrientes turísticas 7.2.1. Concepto de nuevas tendencias o corrientes turísticas 7.2.2. La oferta empresarial hacia las nuevas tendencias turísticas 7.2.3. La demanda de los clientes hacia las nuevas tendencias turísticas (paquetes a la medida) 7.2.4. Comportamiento de las agencias de viajes, de mayoristas y operadoras 7.2.5. Promotores y comercializadores de tiempo compartido y Multipropiedad 7.2.6. Formas de publicidad en estas nuevas tendencias turísticas 7.2.7. Nuevas tecnologías, redes sociales y turismo 7.7.3 Nuevas ofertas turísticas 7.3.1. Turismo de género, rosa o gay (LGBT) 7.3.2. Turismo espacial 7.4. Áreas potenciales para la innovación turística en México 7.4.1. Turismo cultural 7.4.2. Turismo gastronómico 7.4.3. Turismo médico o de la salud 7.4.4. Turismo patrimonial y cultural

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( X )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente

### **Bibliografía básica**

- Aguilar Criado, E., (2007), *Perspectivas teóricas en desarrollo local*, España, Editorial Netbiblo.
- Alsos, G., (2014), *Handbook of Research on Innovation in Tourism Industries*, USA, Edward Elgar Publishing.
- Ateljevic, J., (2011), *Page Tourism and Entrepreneurship, International Perspectives*, USA, Routledge.
- Botha, M., Wessels, F., (2006), *Tourism Entrepreneurs*, South Africa, Juta and Company Ltd.
- Fernández Pérez, A., (2006), *Los condicionantes de la innovación y de las actitudes innovadoras en las empresas industriales, Análisis del Caso Andaluz*, España, Universidad de Cádiz.
- Figueiredo, E., Rasch A. (eds.), (2013), *Fertile Links? Connections between Tourism Activities, Socioeconomic contexts and local development in European rural areas*, Firenze University Press.
- González, M. y León, C., (2010), *Turismo sostenible y bienestar social: ¿Cómo innovar esta industria global?*, España, Editorial Erasmus.
- Gössling, S., Weaver, D. (eds.), (2009), *Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and innovations*, New York, Taylor and Francis.
- Hall Colin, M. and Williams, A., (2008), *Tourism and innovation*, London, Routledge.
- Hall, M., Lew, A., *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*.
- Lazzeretti, L., Petrillo, C., (2006), *Tourism Local Systems and Networking*, Netherland, Elsevier.
- Moutinho (ed.), L., (2011), *Strategic Management in tourism*, UK, CAB International.
- Nava Zazueta, M., (2013), *Innovación en el territorio y capacidad competitiva de los destinos turísticos: redes y capital territorial en Mazatlán*, México, Colección Estudios local y global.
- Organization for Economic Cooperation and Development, (2006), *Innovation and Growth in Tourism*, Paris, OECD Publishing,
- Ortega Nuere, C., San Salvador del Valle Doistua, R., (2013), *Ocio e innovación para un compromiso social, responsable y sostenible*, Documentos de Estudio de Ocio, núm 47, Brasil, Editorial Deusto.
- Peters, M., Pikkemaat, B. (eds.), (2005), *Innovation in Hospitality and Tourism*, USA, Haworth Hospitality Press.
- PWC, (2014), *Guía para la inversión y desarrollo del turismo en México*, Doing Business in Mexico, México, PWC.
- Rimington, M., Williams, C., Morrison, A., (2006), *Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries*, USA, Elsevier.
- Sumarjan, N., (et. al.), (2014), *Hospitality and tourism: synergizing creativity and innovation in research*, London, Taylor and Francis Group.
- Tassiopoulos, D., (2008), *New Tourism Ventures: An Entrepreneurial and Managerial Approach*, South Africa, Juta and Company Ltd.
- Walder, B., Weiermair, K., Sancho Pérez, A. (eds.), (2006), *Innovation and Product Development in Tourism: Creating Sustainable competitive advantages*, Berlín, Erich Schmidt Verlag.
- Weiermair, K., Keller, P., (2010), *Go, Innovation and Entrepreneurship: Strategies and Processes for Success in Tourism*, Berlín, Erich Schmidt Verlag.

### **Bibliografía complementaria**

- Botha, M., Wessels, F., (2006), *Tourism Entrepreneurs*, South Africa, Juta and Company Ltd.
- Fernández Pérez, A., (2006), *Los condicionantes de la innovación y de las actitudes innovadoras en las empresas industriales, Análisis del Caso Andaluz*, España, Universidad de Cádiz.
- Gartner, W., Lime, D., (2000), *Trends in Outdoor Recreation, Leisure, and Tourism*, USA, CABi Publishing.
- Leonard; et. al. (1994), *Desarrollo de Destinos Turísticos*, México, Editorial Diana.

### **Recursos electrónicos**

- Barbosa de Sousa, B. M., Dominique-Ferreira, S. (2012). La innovación de los procesos. Diferenciación en los servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(4), pp. 963-976. Recuperado de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322012000400009&lang=pt](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000400009&lang=pt)
- Álvarez Sousa, A., Rego Veiga, G. & Leira López, J. (et al.). (2008). Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio. *ROTUR, Revista De Ocio y Turismo*, (1), pp. 19–50. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2701283.pdf>
- Aghapour, A. H., Hojabri, R. & Manafi, M. (et. al.). (2012). Behind Ambiguities of Tourism Entrepreneurship. Tourism; Illumination of Different Aspects. *International Journal of Innovative Ideas*, 12 (3), pp. 25-29. Recuperado de [http://www.academia.edu/1887441/Behind\\_Ambiguities\\_of\\_Tourism\\_Entrepreneurship\\_Illumination\\_of\\_Different\\_Aspects](http://www.academia.edu/1887441/Behind_Ambiguities_of_Tourism_Entrepreneurship_Illumination_of_Different_Aspects)
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), pp. 1–12. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517709001691>

Decelle, X. (2004). *A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism*. Paris: OECD. Recuperado de <http://www.oecd.org/cfe/tourism/34267921.pdf>

Rodríguez Torres, F. & Brown Grossman, F. (2012). El proceso de innovación en el sector de alojamiento turístico mexicano. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, pp. 372 – 387. Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N02/v21n2a06.pdf>

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Sociología del Turismo

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48	
			<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0	
			<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( x )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Identificar el comportamiento del turista durante sus viajes, las motivaciones y sus relaciones con las comunidades receptoras, y el impacto que esto tiene desde la perspectiva de las ciencias sociales	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Identificar las motivaciones y la percepción social del turismo, así como el comportamiento de los distintos flujos turísticos con una perspectiva social Reconocer la importancia del impacto social del turismo, así como identificar los diferentes modelos evolutivos: transformación espacial y estructural de los destinos turísticos	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la sociología del turismo y el ocio	6	0
<b>2</b>	Perspectivas sociológicas sobre el ocio y el turismo	8	0
<b>3</b>	Una aproximación sociológica al fenómeno turístico	8	0
<b>4</b>	Impacto social del turismo	8	0
<b>5</b>	La investigación social del turismo	8	0
<b>6</b>	Planificación y desarrollo turístico desde el enfoque sociológico	10	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Fundamentos de la sociología del turismo y el ocio 1.1 La sociología: concepto 1.2 Orígenes de la sociología 1.3 Teorías de la sociología 1.4 La sociología del turismo y el ocio 1.4.1 Concepto 1.4.2 Características 1.4.3 Antecedentes 1.5. Aplicación de las teorías sociológicas al turismo y el ocio
<b>2</b>	Perspectivas sociológicas sobre el ocio y el turismo 2.1 El viaje 2.1.1 El desplazamiento turístico 2.1.2 Modelos de viaje 2.1.3 Barreras para viajar 2.2 El ocio bajo el enfoque sociológico 2.2.1 Concepto 2.2.2 Función social del ocio 2.2.3 El ocio y las clases sociales 2.2.4 El ocio y el proceso de civilización 2.2.5 El ocio y la vida cotidiana 2.3 El turismo bajo el enfoque sociológico 2.3.1 Concepto 2.3.2 El estudio del turismo desde las Ciencias Sociales 2.3.3 Turismo y autenticidad 2.3.4 Desarrollo e implicaciones del turismo de masas 2.3.5 Percepción social del fenómeno turístico 2.3.6 Globalización del turismo 2.4 Ocio y turismo en los espacios de realidad virtual (Second Life, etc)
<b>3</b>	Una aproximación sociológica al fenómeno turístico 3.1 El turista 3.1.1 Tipología del turista 3.1.2 Necesidades, motivos y motivaciones en el turismo y el ocio 3.1.2.1 Necesidades y motivos 3.1.2.2 Las motivaciones turísticas 3.1.2.3 Aplicación de las teorías motivacionales a los estudios de turismo y ocio 3.1.2.4 El proceso de decisión 3.1.2.5 Los factores de selección del destino 3.1.2.6 La búsqueda de la autenticidad 3.1.2.7 Calidad y estilos de vida 3.2 Comportamiento social en el sector turístico 3.2.1 Conceptos básicos: estratificación y estatus social

	<ul style="list-style-type: none"> <li>3.2.2 Comportamiento a nivel personal, interpersonal y transpersonal</li> <li>3.2.3 Dinámica de grupo</li> <li>3.2.4 Comportamiento de los flujos turísticos</li> <li>3.3 La estacionalidad en el estudio sociológico del turismo</li> <li>3.4 Sociología del consumo turístico</li> <li>3.5 Valores sociales y espirituales del turismo: Turismo religioso y turismo espiritual</li> <li>3.6 Turismo de calidad o minorías y turismo de masas</li> <li>3.7 Turismo social <ul style="list-style-type: none"> <li>3.7.1 Concepto y características</li> <li>3.7.2 Turismo familiar</li> <li>3.7.3 Turismo juvenil</li> <li>3.7.4 Turismo de la tercera edad</li> </ul> </li> <li>3.8 El turismo urbano: retos y oportunidades</li> <li>3.9 El turismo en zonas rurales y periféricas</li> </ul>
<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto social del turismo</li> <li>4.1 Impacto socio-económico <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1.1 Desarrollo económico</li> <li>4.1.2 Generación de empleo</li> <li>4.1.3 Dependencia económica</li> <li>4.1.4 Otros</li> </ul> </li> <li>4.2 Impacto físico <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1 Creación de infraestructura</li> <li>4.2.2 Impacto en el medio ambiente</li> <li>4.2.3 Deterioro de espacios históricos</li> <li>4.2.4 Otros</li> </ul> </li> <li>4.3 Impacto socio-cultural del Turismo <ul style="list-style-type: none"> <li>4.3.1 Efectos en el individuo</li> <li>4.3.2 Efectos en la familia</li> <li>4.3.3 Efectos en la sociedad</li> <li>4.3.4 Turismo y género</li> <li>4.3.5 Relación entre los turistas y los receptores: El choque cultural</li> <li>4.3.6 Cambio cultural y aculturación</li> <li>4.3.7 Turismo y estrés intercultural</li> <li>4.3.8 Desarrollo de actividades no deseables: prostitución, juego de apuestas, etc.</li> <li>4.3.9 Modificación de la estructura demográfica</li> <li>4.3.10 Otros</li> </ul> </li> <li>4.4 Otros</li> </ul>
<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La investigación social del turismo</li> <li>5.1 El proceso de la investigación social</li> <li>5.2 El enfoque cuantitativo <ul style="list-style-type: none"> <li>5.2.1 El muestreo: métodos y aplicaciones</li> <li>5.2.2 La encuesta</li> <li>5.2.3 El cuestionario</li> </ul> </li> <li>5.3 El enfoque cualitativo <ul style="list-style-type: none"> <li>5.3.1 La observación participante</li> <li>5.3.2 La entrevista personal <ul style="list-style-type: none"> <li>5.3.3.1 Entrevista motivacional</li> <li>5.3.3.2 Entrevista testimonial</li> <li>5.3.3.3 Entrevista exploratoria</li> </ul> </li> <li>5.3.3.4 Otros</li> </ul> </li> <li>5.3.4 Grupo de discusión</li> <li>5.4 El análisis documental</li> <li>5.5 El análisis de imágenes</li> <li>5.6 La cuantificación en el turismo <ul style="list-style-type: none"> <li>5.6.1 La cuantificación de la oferta y demanda turística</li> </ul> </li> </ul>

	5.6.2 Presentación de los resultados 5.7 Las fuentes de información para el estudio sociológico del turismo
6	Planificación y desarrollo turístico desde el enfoque sociológico 6.1 Modelos evolutivos: transformación espacial y estructural de los destinos turísticos 6.1.1 Modelo evolutivo de Butler 6.1.2 Modelo evolutivo de Miossec 6.1.3 Modelo evolutivo de Chadeffaud 6.1.4 Modelo evolutivo de Gormsen 6.1.5 Otros 6.2 Tipologías de los lugares turísticos 6.2.1 Tipología formal de Lozarto-Giotart 6.2.2 Tipología formal y funcional de Cazes 6.2.3 Tipología estructural de Dewailly 6.2.4 Otros 6.3 El papel del Estado en la planificación turística 6.3.1 Sistema de transportación 6.3.2 Seguridad y el turista 6.3.3 Gestión de los recursos y sostenibilidad 6.3.4 Políticas 6.3.5. Otros

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b>	
Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente

### **Bibliografía básica**



- Antón Clavé, S., González Reverté, F., (Coord.), (2007), *A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico*, Barcelona, Meditorial UOC.
- Apostolopoulos, Y., Leivadi, S. and Yiannakis, A., (2013), *The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical investigations*, USA, Routledge.
- Das Graças de Menezes, M., (2005), *Sociologia Do Turismo*, Brasil, Papyrus Editoria.
- Gutiérrez Brito, J. (Coord.), (2007), *La investigación social del turismo: perspectivas y aplicaciones*, España, Editorial Paraninfo.
- Gutiérrez Brito, J., (2013), *El turismo que vemos y contamos. Técnicas de investigación social aplicadas al turismo*, Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Holden, A., (2004), *Tourism Studies and the Social Sciences*, USA, Routledge.
- Huete Nieves, R., (2009), *Turistas que llegan para quedarse: una explicación sociológica sobre la movilidad residencial*, España, Universidad de Alicante.
- Mantecón Terán, A., Mantecón, A., (2008), *La experiencia del turismo: un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial*, España, Editorial Icaria.
- Wearing, S., Stevenson, D., Young, T., (2009), *Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller*, USA, SAGE.

### **Bibliografía complementaria**

- Corvo, P., (2003), *I mondi nella valigia. Introduzione alla sociologia del turismo*, Milano, Vita e Pensiero.
- De la Torre, Ó., (1980), *El turismo, fenómeno social*, México, Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Knebel, H., (1984), *Sociología del Turismo, cambios estructurales en el turismo moderno*, España, Editorial Hispano Europea.
- Macintosh, R., Goeldner, C., Brent Ritchie, J., (1999), *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*, México, Editorial Limosa.
- Montaner Montejano, J., (1991), *Estructura del Mercado Turístico*, Madrid, Editorial Síntesis.
- Montaner Montejano, J., (1996), *Psicosociología del Turismo*, España, Editorial Síntesis.

### **Recursos electrónicos**

- Beatriz Andrade, N. (2010). Los orígenes de la sociología del turismo, sociología del deporte y sus vinculaciones con la sociología medioambiental. *Anuario de Estudios en Turismo, Investigación y Extensión*, 10(VI), pp. 86-101. Recuperado de [https://www.yumpu.com/es/document/view/14207984/los-origenes-de-la-sociologia-del-turismo-facultad-de-turismo-](https://www.yumpu.com/es/document/view/14207984/los-origenes-de-la-sociologia-del-turismo-facultad-de-turismo)
- Pérez Redondo, R. J. (2010). Sociología del turismo: el sistema turístico frente al cambio climático. *BARATARIA, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales*, (11), pp. 159-170. Recuperado de [http://silente.es/wordpress/wp-content/uploads/2011/05/bar.11.12.sociologia.turismo.ruben\\_2010.pdf](http://silente.es/wordpress/wp-content/uploads/2011/05/bar.11.12.sociologia.turismo.ruben_2010.pdf)
- Dachary, A. C. & Arnaiz Bume, S. M. (2004). Globalización y turismo, ¿dos caras de una misma moneda? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 13, pp. 303-315.
- Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n3-4a07.pdf>
- Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>
- Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>
- Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>
- Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>

		<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN</b> <b>MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN</b>			
<b>Programa de Actividad Académica:</b> Turismo de Reuniones					
<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>		<b>Semestre</b>	
		<b>Teóricas:</b> 3		<b>Teóricas:</b> 48	
		<b>Prácticas:</b> 0		<b>Prácticas:</b> 0	
		<b>Total:</b> 3		<b>Total:</b> 48	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna</b> ( X )	
<b>Obligatoria</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa</b> ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Identificar los fundamentos del turismo de reuniones y será capaz de planear, gestionar, operar y comercializar congresos, exposiciones y convenciones, así como cualquier tipo de evento del sector de turismo de reuniones a través del análisis de información y el uso y aplicación de diversas herramientas teóricas - prácticas.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Desarrollar habilidades de negociación enfocadas al sector del turismo de reuniones. Conocer las diversas dimensiones culturales del protocolo oficial y empresarial. Identificar y en su caso desarrollar las actividades de los Meeting Planner (M, Meeting Planner Externo, Operador Profesional de Congresos (OPC), Operador Profesional de Exposiciones	

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Introducción al turismo de reuniones	6	0
<b>2</b>	La gestión de eventos, congresos y convenciones	9	0
<b>3</b>	El protocolo en los eventos, congresos y convenciones	9	0
<b>4</b>	La comercialización en el turismo de reuniones	6	0
<b>5</b>	Políticas Públicas y Certificaciones	6	0
<b>6</b>	Tendencias actuales del Turismo de Reuniones	6	0
<b>7</b>	Técnicas de evaluación de eventos	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	<p>Introducción al turismo de reuniones</p> <p>1.1 Conceptos básicos</p> <p>1.2 Tipología</p> <p>1.2.1 Congresos</p> <p>1.2.2 Convenciones</p> <p>1.2.3 Viajes de Incentivo</p> <p>1.2.4 Ferias y exposiciones</p> <p>1.2.5 Otros</p> <p>1.3 Características del turismo de reuniones</p> <p>1.4 Importancia económica del sector de las reuniones</p> <p>1.5 Demanda del turismo de reuniones</p> <p>1.6 Asociaciones estratégicas</p> <p>1.6.1 Asociaciones sectoriales</p> <p>1.6.2 Asociaciones entre destinos</p> <p>1.7 Las Organizaciones del sector turístico</p> <p>1.7.1 Papel de las Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV)</p> <p>1.7.2 Organismos Nacionales</p> <p>1.7.2.1 Asociación Mexicana de Profesionales en Ferias, Exposiciones y Convenciones (AMPROFEC)</p> <p>1.7.2.2 Asociación Nacional de Oficinas de Convenciones (ANDOC)</p> <p>1.7.2.3 Asociación Mexicana de Recintos feriales (AMEREF)</p> <p>1.7.2.4 Instituto de Investigación en Turismo de Reuniones (IITR)</p> <p>1.7.2.5 Otros</p> <p>1.7.3 Organismos Internacionales</p> <p>1.7.3.1 Society of Incentive and Travel Excellence (Site Global)</p> <p>1.7.3.2 Meetings Professionals International, México (MPI)</p> <p>1.7.3.3 International Congress and Convention Association (ICCA)</p> <p>1.7.3.4 Professional Convention Management Association (PCMA)</p> <p>1.7.3.5 International Association of Hispanic Meeting Professionals (IAHMP)</p> <p>1.7.3.6 Otros</p>
<b>2</b>	<p>La gestión de eventos, congresos y convenciones</p> <p>2.1 Gestión de eventos: características generales</p> <p>2.2 Fases de la gestión de eventos</p> <p>2.2.1 Planificación de eventos, congresos y convenciones</p> <p>2.2.1.1 Fijación de objetivos y metas</p> <p>2.2.1.2 Determinar el perfil de los participantes</p> <p>2.2.1.3 Aspectos técnicos (fecha y duración del evento, etc.)</p> <p>2.2.1.4 Elección del espacio para el evento</p> <p>2.2.1.5 Cálculo de la capacidad del espacio</p> <p>2.2.1.6 Personal y servicios de outsourcing</p> <p>2.2.1.7 Sistema de hospedaje, transporte y alimentación</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.1.8 Logística</li> <li>2.2.1.9 Negociaciones <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.1.9.1 Tipos o niveles de negociación</li> <li>2.2.1.9.2 Fases de la Negociación</li> <li>2.2.1.9.3 Aspectos psicológicos de la negociación</li> <li>2.2.1.9.4 Estrategias de negociación</li> </ul> </li> <li>2.2.1.10 Contratos</li> <li>2.2.1.11 Patrocinadores</li> <li>2.2.1.12 Reglamento general y técnico del evento</li> <li>2.2.1.13 Determinación del Presupuesto <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.1.13.1 Costos (fijos, variables y totales)</li> <li>2.2.1.13.2 Estimación del presupuesto</li> <li>2.2.1.13.3 Fijación de la cuota de inscripción</li> <li>2.2.1.13.4 Liquidez</li> <li>2.2.1.13.5 Restricciones al presupuesto</li> </ul> </li> <li>2.2.1.14 Estructuración del programa y la organización de los participantes</li> <li>2.2.1.15 Consideraciones adicionales <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.1.15.1 Diferencias culturales</li> <li>2.2.1.15.2 Personas con discapacidades físicas, intelectual, etc.</li> <li>2.2.1.15.3 Traductores o interpretes</li> <li>2.2.1.15.4 Ruido</li> <li>2.2.1.15.5 Otros</li> </ul> </li> <li>2.2.2 Preparación y organización de eventos congresos y convenciones <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.2.1 Estructura orgánica y responsabilidades de cada coordinación</li> <li>2.2.2.2 Medios de control</li> </ul> </li> <li>2.2.3 Ejecución de eventos congresos y convenciones <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.3.1 Coordinación general</li> <li>2.2.3.2 Relaciones públicas y personales</li> <li>2.2.3.3 Documentos impresos o material digital del evento</li> <li>2.2.3.4 Desventajas y recomendaciones <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.3.4.1 Tiempo meteorológico</li> <li>2.2.3.4.2 Huelgas</li> <li>2.2.3.4.3 Seguridad</li> <li>2.2.3.4.4 Otros</li> </ul> </li> <li>2.2.3.5 Dificultades y medidas de prevención <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.3.5.1 Salud y seguro médico</li> <li>2.2.3.5.2 Servicio de seguridad y vigilancia interna</li> <li>2.2.3.5.3 Internación del extranjero</li> <li>2.2.3.5.4 Impuestos</li> <li>2.2.3.5.5 Otros</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>2.2.4 Gestión posterior al evento <ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.4.1 Seguimiento y evaluación</li> </ul> </li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>El protocolo en los eventos, congresos y convenciones</li> <li>3.1 Conceptos básicos</li> <li>3.2 Tipos de protocolo <ul style="list-style-type: none"> <li>3.2.1 Protocolo oficial</li> <li>3.2.2 Protocolo empresarial</li> </ul> </li> <li>3.3 El protocolo oficial <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.1 Las precedencias en el protocolo oficial</li> <li>3.3.2 El lenguaje y el trato en la recepción de autoridades oficiales</li> <li>3.3.3 La simbología en los actos protocolarios: banderas e indumentaria</li> <li>3.3.4 El banquete</li> <li>3.3.5 Protocolo internacional</li> </ul> </li> <li>3.4 El protocolo empresarial <ul style="list-style-type: none"> <li>3.4.1 Las precedencias en el protocolo empresarial</li> <li>3.4.2 El lenguaje y el trato en la recepción de autoridades y personalidades del medio empresarial</li> </ul> </li> </ul>

	3.4.3 La etiqueta en hombres y mujeres 3.4.4 Ubicación correcta de la simbología 3.4.5 Los obsequios en la empresa 3.4.6 La identidad corporativa
4	La comercialización en el turismo de reuniones 4.1 Consumidores 4.2 La publicidad en el turismo de reuniones 4.3 Medios de difusión 4.3.1 Prensa nacional y local 4.3.2 Revistas especializadas 4.3.3 Marketing directo 4.3.4 Relaciones Públicas 4.3.5 Comunicación Indirecta 4.3.6 Otros 4.4 Apoyos promocionales
5	Políticas Públicas y Certificaciones 5.1 Acuerdo de Políticas Públicas sobre Congresos, Exposiciones, Convenciones, Viajes de Incentivos y Ferias. 5.2 Permisos o licencias 5.3 Incentivos o apoyos gubernamentales 5.3.1 Tasa cero del IVA para congresos, convenciones, ferias y exposiciones extranjeras 5.3.2 Otros 5.4 Certificaciones 5.4.1 Certified Exhibition Management (CEM) 5.4.2 Certified Incentive and travel executive (CITE) 5.4.3 Certified Meeting Manager (CMM) 5.4.4 Certified Meeting professional (CMP) 5.4.5 Certified Meeting Specialist (CMS) 5.4.6 Otros
6	Tendencias actuales del Turismo de Reuniones 6.1 Prácticas sustentables para el turismo de reuniones ( <i>Green meetings</i> ) 6.2 Tecnología de gestión 3.0 para espacios de reuniones 6.3 Otros
7	Técnicas de evaluación de eventos 7.1 Procedimiento en la evaluación de eventos 7.1.1 Temas a evaluar 7.1.2 Momentos clave 7.1.3 Técnicas cuantitativas 7.1.4 Técnicas cualitativas 7.2 La Realización y presentación de informes 7.2.1 El formato del informe 7.2.2 Estructura del informe 7.2.3 Valoración del evento

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )

Aprendizaje por proyectos	( X )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente
<b>Bibliografía básica</b>	
<p>____. (2011), <i>Manual para planear y organizar eventos de reuniones</i>, Buró de Convenciones de Michoacán para Asociaciones, México, Corporativos e Intermediarios.</p> <p>Cabero Soto, C., (2012), <i>Organización de reuniones y eventos</i>, España, Editorial Paraninfo.</p> <p>Compeán, F., (2012), <i>El libro rojo, las 15 cosas básicas del turismo de reuniones y la metamorfosis de México de 1995 a 2010</i>, México, Editorial Mundo.</p> <p>Compeán, F., (2012), <i>El libro verde, más de 150 tips para planear eventos ecosustentables</i>, México, Editorial Mundo.</p> <p>Esteve Secall, R., Fuentes García R. y Martín Rojo, M., (2006), <i>Estructura de mercados turísticos</i>, Barcelona, Editorial UOC.</p> <p>Feitman, J., (2008), <i>Cómo organizar eventos y exposiciones</i>, México, Editorial Pax México.</p> <p>González Reverté, F. y Morales Pérez, S. (2009), <i>Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción</i>, Barcelona, Editorial UOC.</p> <p>Harvard Business Publishing, (2009), <i>Dirigir reuniones efectivas</i>, Chile.</p> <p>Muntane Coca, M., (2005), <i>El libro para conducir reuniones con éxito</i>, España, Editorial Díaz de Santos.</p> <p>Ocaña Albar, I., (2012), <i>Gestión de productos turísticos</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Organización Mundial del Turismo, (2014), <i>Informe global sobre la industria de reuniones</i>, España, OMT.</p> <p>Predif, (2008), <i>Manual para la organización de congresos y ferias para todos</i>, España, Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos.</p> <p>Sectur, (2009), <i>El ABC de la internación de extranjeros a México para asistir a congresos, convenciones, ferias y exposiciones</i>, México, Secretaría de Turismo.</p> <p>Sectur, (2011), <i>La relevancia económica de las Reuniones en México</i>, México, Centro de Estudios Superiores en Turismo.</p> <p>Sectur, (2012), <i>Manual para la Internacional del Turista</i>, México, Secretaría de Turismo.</p> <p>Vértice (ed.), (2008), <i>Gestión de eventos</i>, España, Editorial Vértice.</p> <p>Yarto, E., (2012), <i>Turismo de reuniones, convenciones, incentivos, congresos y exposiciones</i>, México, Editorial Trillas.</p>	
<b>Bibliografía complementaria</b>	
<p>Buendía, J., (1991), <i>Organización de Convenciones, congresos y Seminarios</i>, México, Editorial Trillas</p> <p>Richero, A., (1993), <i>Eventos. Guía práctica para su planeación y ejecución</i>, México, Editorial Trillas</p> <p>Seekings, D. y Farrer, J. (1999), <i>Cómo organizar eficazmente conferencias y reuniones</i>, España, Editorial Fundación Confemetal.</p> <p>Sung Chon, K., Weber, K. (2002), <i>Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives</i>, New York, Editorial Haworth Press.</p>	
<b>Recursos electrónicos</b>	
<p>Durieux Zucco, F., Do Amaral Moretti, S. L. &amp; Lenzi, F. C. (2013). Superando la estacionalidad turística. Planificación y gerenciamiento de eventos y comunicación integrada de marketing. <i>Estudios y perspectivas en turismo</i>, 22(6), pp. 1214-1231. Recuperado de <a href="http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V22/N06/v22n6a11.doc.pdf">http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V22/N06/v22n6a11.doc.pdf</a></p>	

Sanders, D. L., & Laing, J. (2010). In the line of fire: the challenges of managing tourism operations in the Victorian Alps. *Tourism Review International*, 13(4), pp. 223-236. Recuperado de <http://ro.ecu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=7336&context=ecuworks>

Rodríguez del Bosque, I. & Martín Gutiérrez, H. S. (2001). Turismo de reuniones: oportunidad de negocio. *Estudios Turísticos*, (147), pp. 121-139. Recuperado de <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-147-2001-pag121-139-86370.pdf>

Organización Mundial de Turismo. (2014). *Informe global sobre la industria de reuniones*. España: OMT. Recuperado de [http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am\\_8\\_meetings\\_esp-red.pdf](http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf)

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>

Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Turismo Sustentable

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48	
			<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0	
			<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( x )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
El alumno será capaz de: Identificar los elementos que conforman e inciden en el desarrollo del turismo sustentable y será capaz de desarrollar proyectos turísticos sustentables.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Proporcionar las bases teóricas para que el alumno reconozca los elementos del turismo sustentable, así como la importancia del desarrollo turístico y la sustentabilidad del mismo. Diseñar y planificar el producto o destino turístico sobre la base de la sostenibilidad.	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción al turismo sustentable	6	0
2	Impacto ambiental, sociocultural y económico del turismo	6	0
3	Normatividad ambiental	6	0
4	Desarrollo turístico sustentable	6	0
5	Sistemas de Gestión Ambiental (SGMA)	6	0
6	Modelos de turismo sustentable	6	0
7	Evaluación del turismo sustentable	6	0
8	Metodología de formulación de proyectos turísticos sustentables	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	<p>Introducción al turismo sustentable</p> <p>1.1 Conceptos.</p> <p>1.1.1 Crecimiento y Desarrollo.</p> <p>1.1.2 Sostenibilidad o Sustentabilidad.</p> <p>1.2 Origen y corrientes teóricas de la sustentabilidad.</p> <p>1.3 Evolución histórica del turismo sustentable.</p> <p>1.4 Pilares de la sustentabilidad (ambiente, cultura y economía).</p>
2	<p>Impacto ambiental, sociocultural y económico del turismo</p> <p>2.1 Impacto ambiental.</p> <p>2.1.1 La ecología y su relación con el turismo</p> <p>2.1.2 Contaminación ambiental generada por la actividad turística</p> <p>2.1.2.1 Contaminación del aire</p> <p>2.1.2.2 Contaminación de ruido</p> <p>2.1.2.3 Contaminación de agua</p> <p>2.1.2.4 Contaminación de suelo</p> <p>2.1.3 Efectos (pérdida de la diversidad biológica, calentamiento global, deterioro de la capa de ozono, etc.)</p> <p>2.1.3.1 Consecuencias del impacto ambiental en el turismo</p> <p>2.1.3.2 Cambio climático y su impacto en el turismo</p> <p>2.1.3.3 Huracanes y su impacto en el turismo</p> <p>2.1.3.4 Erosión del suelo</p> <p>2.1.3.5 Otros</p> <p>2.2 Manejo de desechos</p> <p>2.3 Impacto sociocultural</p> <p>2.3.1 Desplazamiento o Reubicación involuntaria</p> <p>2.3.2 Choque cultural</p> <p>2.3.3 Pérdida de identidad y valores culturales</p> <p>2.3.4 Estrés Social</p> <p>2.3.5 Problemas Éticos (Generación de crimen, explotación laboral infantil, prostitución y turismo sexual)</p> <p>2.3.6 Otros</p> <p>2.4 Aportes del turismo a la conservación sociocultural</p> <p>2.5 Impacto económico</p> <p>2.5.1 Derrame económico (<i>leakage</i>)</p> <p>2.5.2 Derrama económica de la importación</p> <p>2.5.3 Derrama económica de la exportación</p> <p>2.5.4 Efectos del turismo de enclave</p> <p>2.5.5 Otros impactos (costos de infraestructura, incremento de precios, Dependencia económica de la comunidad local hacia el turismo., etc.)</p> <p>2.6 Aportes del turismo a la conservación económica</p>
3	Normatividad ambiental

	<p>3.1 Acuerdos internacionales entorno al turismo sustentable (Convenios, Declaraciones y Cartas)</p> <p>31.1 Agenda 21 del turismo</p> <p>3.1.2 Código Ético Mundial para el Turismo</p> <p>3.2 Turismo y la legislación ambiental en México</p> <p>3.2.1 Ley General para el Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA)</p> <p>3.2.2 Ordenamiento Territorial y Ordenamiento Ecológico</p> <p>3.2.3 Ley Federal de Turismo (Artículo 2)</p> <p>3.2.4 Ley General de Vida Silvestre (LGVVS)</p> <p>3.2.5 Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable (LGDFS) y su Reglamento</p> <p>3.2.6 Ley de Aguas Nacionales (LAN) y su Reglamento</p> <p>3.2.7 Ley General de Bienes Nacionales (LGBN) y su Reglamento en materia de Uso y 3.2.8 Aprovechamiento del Mar Territorial, Vías Navegables, Playas y Zona Federal Marítimo Terrestre y Terrenos Ganados al Mar.</p> <p>3.2.8 Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos (LGPGIR)</p> <p>3.2.9. Otras</p> <p>3.3 Organismos Públicos y Privados</p> <p>3.3.1 Organización Mundial de Turismo</p> <p>3.3.2 Comisión Mundial sobre medio ambiente y desarrollo (CMMMMD)</p> <p>3.3.3 SEMARNAT</p> <p>3.3.4 SECTUR</p> <p>3.3.5 Otros</p>
4	<p>Desarrollo turístico sustentable</p> <p>4.1 Planes y Programas</p> <p>4.1.1 Plan Nacional de Desarrollo y la estrategia para el turismo</p> <p>4.1.2 Programa Nacional de Turismo 2012-2018</p> <p>4.1.3 Programa Sectorial de Turismo 2013-2018</p> <p>4.1.4 Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017 y la estrategia para el turismo</p> <p>4.1.5 Programa estatal de turismo</p> <p>4.1.6 Programa de Turismo Sustentable en México (Agenda 21 para el Turismo Mexicano)</p> <p>4.1.7 Lineamientos para el Aprovechamiento Sustentable de los Recursos Naturales y Culturales del 4.1.8 País</p> <p>4.1.8 Otros</p> <p>4.2 Incentivos para la sustentabilidad</p> <p>4.2.1 Incentivos y programas de subsidio para el desarrollo de proyectos sustentables en México</p> <p>4.2.2 Sistemas de incentivos para la sustentabilidad en el mundo</p> <p>4.3 Aplicaciones en los diferentes sectores turísticos</p>
5	<p>Sistemas de Gestión Ambiental (SGMA)</p> <p>5.1 Gestión ambiental según la Norma ISO-14001</p> <p>5.2 Gestión ambiental según el sistema EMAS</p> <p>5.3 Nuevas tendencias en la gestión medioambiental</p>
6	<p>Modelos de turismo sustentable</p> <p>6.1 Ecoturismo</p> <p>6.2 Turismo Solidario</p> <p>6.3 TAP (Turismo ambientalmente Planificado)</p> <p>6.4 Centros Integralmente Planeados (CIP's)</p> <p>6.5 Planeación Ambiental del Turismo</p> <p>6.6 Ecoetiquetas y Ecoproductos</p> <p>6.7 Otros</p>
7	<p>Evaluación del turismo sustentable</p> <p>7.1 Indicadores</p> <p>7.1.1 Huella ecológica</p> <p>7.1.2 Capacidad de carga.</p> <p>7.1.3 Límites aceptables de cambio (LAC)</p> <p>7.1.4 Huella Cultural</p> <p>7.1.5 Otros indicadores</p> <p>7.2 Seguimiento</p>

<b>8</b>	Metodología de formulación de proyectos turísticos sustentables 8.1 Análisis del ecosistema 8.2 Análisis de las fuentes y destinos de contaminación 8.3 Análisis de los costos de la contaminación
----------	---

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente
<b>Bibliografía básica</b>	
<p>Acerenza, M., (2007), <i>Desarrollo Sostenible y Gestión del Turismo</i>, Trillas.</p> <p>Baltà Portolés, J. y Roig Madorran, E., (2011), "Approaches to a cultural footprint. Proposal for the concept and ways to measure it", Brussels, Centre Maurits Coppieters.</p> <p>Camelo Avedoy, J., Ceballos Chávez, L., (2012), <i>Desarrollo, sustentabilidad y turismo: Una visión multidisciplinaria</i>, México, Universidad Autónoma de Nayarit.</p> <p>Chávez de la Peña, J., (2005), <i>Ecoturismo TAP</i>, Trillas.</p> <p>Chávez de la Peña, J., (2011), <i>Ecoturismo TAP, Metodología para un turismo ambientalmente planificado</i>, México, Editorial Trillas.</p> <p>González, M. y León, C., (2010), <i>Turismo sostenible y bienestar social: ¿Cómo innovar esta industria global?</i>, España, Editorial Erasmus.</p> <p>Granero Castro, J. y Ferrando Sánchez, M., (2007), <i>Como implantar un sistema de gestión ambiental según la Norma ISO 14001:2004</i>, España, FC Editorial.</p> <p>Ley de Aguas Nacionales (LAN).</p> <p>Ley Federal de Turismo.</p> <p>Ley General de Bienes Nacionales (LGBN).</p> <p>Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable (LGDFS).</p> <p>Ley General de Vida Silvestre (LGVS).</p> <p>Ley General para el Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA).</p> <p>Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos (LGPGIR).</p>	



Murga Menoyo, M., (2006), *Desarrollo Local y Agenda 21*, Pearson.  
Novo, M., (2006), *El Desarrollo Sostenible, Su dimensión ambiental y educativa*, Pearson.  
Palafox Muñoz, A., Frausto Martínez, O. (coord.), (2008), *Turismo, desastres naturales, sociedad y medio ambiente*, México, Editorial Plaza y Valdez.  
Palau, J., (2004), *Otros mundos, viajes alternativos y solidarios*, España, Editorial Intermón Oxfam.  
Pérez de las Heras, M., (2004), *Manual del Turismo Sostenible*, Ediciones Mundi-Prensa.  
Reyes Ávila [et al.], (2002), *Turismo Sostenible*, Madrid: IEPALA.  
S/A, (2010), *Gestión Ambiental, Conceptos básicos*, España, Editorial Vértice.  
Salinas Escobar, M. (coord.), (2008), *El ordenamiento territorial, experiencias internacionales*, México, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.  
Sánchez Rivero, M., Pulido Fernández, J., (2008), *Medida de la sostenibilidad turística, Propuesta de un índice sintético*, Editorial Universitaria Ramon Aceres Fitur.  
Valls, J., (2004), *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*, Gestión 2000.  
Wong-González, P., (2010), *Ordenamiento ecológico y ordenamiento territorial: retos para la gestión del desarrollo regional sustentable en el siglo XXI*, México, Estudios Sociales, Coordinación de Desarrollo Regional, núm. 1, enero, 2010, pp. 10-39.

#### **Bibliografía complementaria**

Beekhuis, J., (1981), *Tourism in the Caribbean: Impacts on the Economic, Social and Natural Environments*, Springer, Royal Swedish Academy of Sciences, Vol. 10, No. 6.  
Field, Barry C. y Field, M., (2003), *Economía Ambiental*, McGraw Hill.  
Molina E., S., (1991), *Turismo y Ecología*, México, Editorial Trillas.  
ONU, (2003), *The Habitat Agenda Goals and Principles, Commitments and the Global Plan of Action*, UN-Habitat.

#### **Recursos electrónicos**

Tarlombani da Silveira, M. A. (2005). Turismo y sustentabilidad. Entre el discurso y la acción. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 14, pp. 222 - 242. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v14n3/v14n3a02.pdf>  
Vargas Martínez, E. E., Castillo Nechar, M. & Zizumbo Villareal, L. (2011). Turismo y Sustentabilidad. Una reflexión epistemológica. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, pp. 706-721. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3738722.pdf>  
Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Cuadernos de Geografía Revista Colombiana de Geografía*, (17), pp. 155-163. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/1423/1/01248.pdf>  
United Nations Organization. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. (UN Documents A/42/427), Oslo: United Nations. Recuperado de <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>  
Vargas Álvarez, S. (2009). *La competitividad e innovación de un turismo sustentable*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM. Recuperado de <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2722/18.pdf>  
Organization for Economic Cooperation and Development (2012). *Green Innovation in Tourism Services*. (OECD Tourism Papers, 2013/01), OECD Publishing. Recuperado de <http://www.oecd.org/cfe/tourism/GREEN%20INNOVATION%20IN%20TOURISM%20WORKING%20PAPER.pdf>  
Pleumaron, A. (1999). Turismo, globalización y desarrollo sustentable. *Revista del sur*, 91. Recuperado de [http://www.unc.edu/~macasas/LAC\\_04/readings/Turismo.pdf](http://www.unc.edu/~macasas/LAC_04/readings/Turismo.pdf)  
Schmitz, M. F. (2014). *Tourism and Natural Protected Areas*. Boston: WIT Press. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=8bdc1c5-05f8-458a-a944-3c36b9556381%40sessionmgr111&vid=0&hid=103&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtG2ZQ%3d%3d#db=nlebk&AN=654870>  
BRINGAS RÁBAGO, N. L. & Ojeda Revah, L. (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía, Sociedad y Territorio*, 2(7), pp. 374-403. Recuperado de <http://209.239.118.175/biblio/biblio/turismo/ecoturismo/EI%20ecoturismo%20una%20nueva%20modalidad%20del%20turismo%20de%20masas.pdf>  
Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>  
Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>  
Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>  
Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>

	<p><b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b>  <b>PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN</b>  <b>MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN</b></p>	
---	--	---

**Programa de Actividad Académica:** Gestión de Tarifas y Venta de Servicios

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración del Turismo		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso</b> ( X ) <b>Taller</b> ( ) <b>Lab</b> ( ) <b>Sem</b> ( )	<b>Tipo</b>	<b>T</b> ( X )	<b>P</b> ( )	<b>T/P</b> ( )
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio</b> ( ) <b>Optativo</b> ( ) <b>Obligatorio E</b> ( ) <b>Optativo E</b> ( X )	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
		<b>Teóricas:</b> 3	<b>Teóricas:</b> 48		
		<b>Prácticas:</b> 0	<b>Prácticas:</b> 0		
		<b>Total:</b> 3	<b>Total:</b> 48		

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( x )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Identificar los principales aspectos entorno a la producción y venta de servicios de transporte turísticos, desarrollando la capacidad de gestionar tarifas en una empresa de intermediación eficientemente.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Conocerá los principales medios de transporte turístico, su estructura y funcionamiento; los servicios y productos ofertados por los intermediarios turísticos y sus principales funciones, las técnicas y elementos necesarios para la construcción de tarifas, la normatividad vigente del transporte turístico y los derechos de los viajeros; y las técnicas de venta y negociación con proveedores.	

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción	3	0
2	Intermediarios turísticos	6	0
3	Introducción al <i>revenue yield management</i>	6	0
4	El nuevo entorno de comercialización turística	6	0
5	Gestión del YM en el sector turístico (previsión, benchmarking y segmentación)	6	0
6	Gestión del YM en el sector turístico (pricing y capacidad)	6	0
7	Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas	6	0
8	Productos y servicios turísticos del transporte	3	0
9	Los sistemas de reservación y su gestión	3	0
10	La venta de servicios de transporte turísticos	3	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	Introducción 1.1 Demanda nacional e internacional de transporte turístico 1.2 Impacto del transporte 1.2.1 Impacto en la economía 1.2.2 Impacto en la política 1.2.3 Impacto en la sociedad 1.2.4 Impacto en el medio ambiente 1.3 La importancia de la infraestructura para las empresas de transporte turístico 1.3.1 Puertos 1.3.2 Aeropuertos 1.3.3 Estaciones 1.3.4 Carreteras 1.3.5 Otros 1.4 Normatividad y principales organismos que regulan el transporte turístico 1.4.1 Transporte aéreo 1.4.2 Transporte marítimo y fluvial 1.4.3 Transporte terrestre
2	Intermediarios turísticos 2.1 Las agencias de viajes 2.1.1 Definición 2.1.2 Clasificación 2.1.3 Funciones 2.1.4 Estructura organizativa 2.1.5 Normatividad y reglamentos reguladores de las agencias de viajes 2.2 Las centrales de reserva 2.2.1 Definición 2.2.2 Características 2.2.3 Funciones 2.3 Los sistemas Globales de Distribución 2.3.1 Estructura 2.3.2 Funcionamiento 2.4 La distribución turística en Internet 2.5 Las fuentes de información 2.5.1 Fuentes internas 2.5.2 Fuentes externas

	2.5.3 Otras
3	<p>Introducción al <i>revenue yield management</i></p> <p>3.1 Orígenes</p> <p>3.2 Concepto de Yield Management (YM)</p> <p>3.2.1 Revisión taxonómica del concepto</p> <p>3.2.2 Denominación o terminología</p> <p>3.2.3 Matices diferenciadores del YM en el sector aéreo y hotelero</p> <p>3.3 El YM/RM y el marketing</p> <p>3.4 Aplicación en el sector servicios</p> <p>3.5 Principales indicadores de medición del YM</p> <p>3.6 Beneficios y dificultades de implantación del YM</p>
4	<p>El nuevo entorno de comercialización turística</p> <p>4.1 La distribución en el sector aéreo y hotelero</p> <p>4.1.1 Concepto de distribución y especificidades del sector hotelero y aéreo</p> <p>4.1.2 Funciones de la distribución</p> <p>4.1.3 Tipos de distribución</p> <p>4.1.4 Tendencias en la distribución</p> <p>4.2 Los canales de distribución en el sector turístico</p> <p>4.2.1 Concepto</p> <p>4.2.2 Tipos de canales</p> <p>4.2.3 Canales directos</p> <p>4.2.3.1 La página web</p> <p>4.2.3.2 El correo electrónico</p> <p>4.2.3.3 Las centrales de reserva propias ( CRS)</p> <p>4.2.4 Canales indirectos</p> <p>4.2.4.1 Las agencias de viajes minoristas, mayoristas y touroperadoras</p> <p>4.2.4.2 Los brokers</p> <p>4.2.4.3 Global Distribution Systems ( GDS)</p> <p>4.2.4.4 Centrales de reservas ( CRS)</p> <p>4.2.4.5 Internet Distribution System ( IDS )</p>
5	<p>Gestión del YM en el sector turístico (previsión, benchmarking y segmentación)</p> <p>5.1 Previsión o Forecasting</p> <p>5.1.1 Elementos a considerar en las previsiones</p> <p>5.1.2 Fases de la previsión en el proceso de YM</p> <p>5.2 Análisis de la competencia o Benchmarking</p> <p>5.2.1 Concepto</p> <p>5.2.2 Fases del Benchmarking en el proceso de YM</p> <p>5.3 La segmentación en el YM</p> <p>5.3.1 Concepto, condiciones y beneficios en la segmentación</p> <p>5.3.2 Fases de la segmentación en el proceso de YM</p> <p>5.3.3 Tipos de segmentos</p>
6	<p>Gestión del YM en el sector turístico (pricing y capacidad)</p> <p>6.1. Gestión del precio o Pricing</p> <p>6.1.1 Concepto y antecedentes de la gestión del precio o Pricing en el YM</p> <p>6.1.2 Especificidades del pricing hotelero y aéreo</p> <p>6.1.3 Marco conceptual de las decisiones sobre precios</p> <p>6.1.4 Marco conceptual de las decisiones sobre precios</p> <p>6.1.5 Políticas de Pricing</p> <p>6.1.6 Definición de la estructura tarifaria</p> <p>6.2 Optimización de la capacidad</p> <p>6.2.1 Introducción</p> <p>6.2.2 La distribución de la capacidad del recurso y del producto o conjunto de recursos</p>
7	<p>Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas</p> <p>7.1 Controles de paso de frontera</p> <p>7.1.1 Pasaporte</p> <p>7.1.2 DNI</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>7.1.3 Visado</li> <li>7.1.4 Fichas de control de entrada y salida</li> <li>7.1.5 Certificados de Vacunación</li> <li>7.1.6 Contarles de tráfico de equipaje</li> <li>7.1.7 Trámites aduaneros</li> <li>7.2 Derechos del viajero <ul style="list-style-type: none"> <li>7.2.1 Transporte aéreo <ul style="list-style-type: none"> <li>7.2.1.1 Anulación de plazas y reembolso de billetes aéreos</li> <li>7.2.1.2 Compensación por denegación de embarque, cancelación o retraso</li> <li>7.2.1.3 Pérdida o deterioro de equipaje facturado</li> <li>7.2.1.4 Otros</li> </ul> </li> <li>7.2.2 Transporte terrestre</li> <li>7.2.3 Transporte ferroviario</li> <li>7.2.4 Transporte marítimo o fluvial</li> </ul> </li> <li>7.3 Seguro de viajes</li> <li>7.4 Servicios y función de los consulados y embajadas</li> <li>7.5 Oficinas de información turística</li> </ul>
<b>8</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Productos y servicios turísticos del transporte</li> <li>8.1 Guías turísticas</li> <li>8.2 Seguro de viaje</li> <li>8.3 Venta y cambio de divisas</li> <li>8.4 Cheques de viajero</li> <li>8.5 Rutas turísticas <ul style="list-style-type: none"> <li>8.5.1 Rutas terrestres europeas y latinoamericanas</li> <li>8.5.2 Rutas turísticas ferroviarias</li> <li>8.5.3 Rutas turísticas marítimas</li> </ul> </li> <li>8.6 Viajes combinados</li> <li>8.7 Otros</li> </ul>
<b>9</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los sistemas de reservación y su gestión</li> <li>9.1 Concepto</li> <li>9.2 Clasificación de los sistemas de reservación</li> <li>9.3 Procedimiento de reservación y confirmación</li> <li>9.4 Los medios de comunicación en la gestión de reservas</li> <li>9.5 La tecnología en la gestión de las reservaciones <ul style="list-style-type: none"> <li>9.5.1 Computerized Reservation System (CRS)</li> <li>9.5.2 Global Distribution System (GDS)</li> <li>9.5.3 Beroni informática</li> <li>9.5.4 Orbis</li> <li>9.5.5 Otros</li> </ul> </li> </ul>
<b>10</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La venta de servicios de transporte turísticos</li> <li>10.1 Relaciones con proveedores <ul style="list-style-type: none"> <li>10.1.1 Negociación con los proveedores</li> <li>10.1.2 Documentos de confirmación de reserva</li> </ul> </li> <li>10.2 Proceso de venta <ul style="list-style-type: none"> <li>10.2.1 Técnicas de comunicación</li> <li>10.2.2 Imagen, conducta y lenguaje corporal</li> <li>10.2.3 La atención al cliente</li> <li>10.2.4 Tratamiento de reclamaciones y quejas</li> <li>10.2.5 Gestión de cobros y pagos</li> </ul> </li> <li>10.3 La calidad en la venta de productos y servicios turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>10.3.1 Sistemas de gestión de calidad</li> <li>10.3.2 Estrategias de calidad</li> </ul> </li> <li>10.4 Los contratos turísticos</li> <li>10.5 Normativa sobre la protección de datos personales</li> </ul>

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

<b>Línea de investigación:</b> Turismo	
<b>Perfil profesiográfico</b>	
<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de maestría, con experiencia en la docencia y/o la investigación
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente

<p><b>Bibliografía básica</b></p> <p>Ameigeiras, C., (2012), <i>Venta de servicios turísticos</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Ávila Pérez, M., (2009), <i>Transporte terrestre turístico</i>, México, Editorial Trillas.</p> <p>Badan, B.S., Bhatt, H., <i>Transport for travel and tourism</i>, New Delhi, Commonwealth.</p> <p>Bech Serrat, J., (2012), <i>Selling Tourism Services at a Distance: An Analysis of the EU Consumer Acquis</i>, New York, Editorial Springer.</p> <p>Cabarcos Novás, N., (2006), <i>Proceso económico-administrativo en las agencias de viajes: La gestión económico-administrativa en las agencias de viajes</i>, España, Editorial Ideas propias.</p> <p>Cabarcos Novás, N., (2006), <i>Promoción y venta de servicios turísticos: Comercialización de servicios turísticos</i>, España, Editorial Ideas propias.</p> <p>Cabarcos Novás, N., (2007), <i>Venta de servicios y productos turísticos: manual básico de gestión de servicios y productos turísticos</i>, España, Editorial Ideas propias.</p> <p>Cabo Nadal, M., (2004), <i>Asistencia y guía de grupos</i>, España, Editorial Paraninfo.</p> <p>Duval, D., (2007), <i>Tourism and Transport: Modes, Networks and Flows</i>, New York, Channel View Publications.</p> <p>García, I., (2006), <i>Gestión de empresas de transporte turístico</i>, España, Editorial Síntesis.</p> <p>Graham, A., Papatheodorou, A., Forsyth, P. (Eds.), (2010), <i>Aviation and Tourism: Implications for Leisure Travel</i>, USA, Ashgate Publishing.</p> <p>Jiménez Abad, C., (2006), <i>Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes</i>, España, Editorial Paraninfo.</p> <p>Kingston Dowling (Ed.), R., (2006), <i>Cruise Ship Tourism</i>, USA, CABI Publishing.</p> <p>López Chicheri, J. (2011) <i>e-Commerce &amp; Revenue Management integrado en una estrategia de Marketing Online</i>, España, Editorial Punto</p> <p>Lumsdon, Les M., Page, S., (2011), <i>Tourism and Transport, Issues and agenda for the New Millennium</i>, USA, Editorial Routledge.</p>
--

Martínez Sanz, F. y Petit Lavall, M., (Dir.), (2007), *Aspectos jurídicos y económicos del transporte: hacia un transporte más seguro, sostenible y eficiente*, España, Universitar Jaumen, Núm 5, Tomo I.

Mitre Aranda, M., (2006), *La producción e intermediación turística en el sector de las agencias de viajes*, España, Ediciones de la Universidad de Oviedo.

Ruiz Rodríguez, J., (2011), *El transporte por carretera*, Barcelona, Editorial Marge Books.

Talón, P., González L. y Segovia M. (2013) *Yield Revenue Management en el sector hotelero Estrategias e implantación* Barcelona, Editorial Detla

#### **Bibliografía complementaria**

De la Torre Zermeño, F., (2000), *Sistemas de transportación turística*, México, Editorial Trillas.

De la torre, F., (1995), *Transportación acuática en el turismo*, México, Editorial Trillas.

Fernández, C. y Blanco, A., (1996), *Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes*, España, Editorial Síntesis.

Foster, Dennis L., (1994), *Introducción a los viajes y al turismo*, México, Editorial McGrawHill.

Heredia Iturbe, F., (2000), *La estructura tarifaria del transporte aéreo. Un estudio exploratorio*, Sanfandila, Qro, Secretaría de Comunicaciones y Transportes Instituto Mexicano del Transporte, Publicación Técnica No. 151.

Martínez Espín, P., (1999), *El contrato de viaje combinado: antecedentes, derecho comparado, estudio normativo y jurisprudencial*, España, Ediciones de la universidad de Castilla.

Morfin Herrera, M., (1995), *La transportación marítima mexicana en el turismo*, México, Editorial Trillas.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes, (1996), *Guía de características de autobuses para transporte turístico*, México, Instituto Mexicano del Transporte.

Valdez Becerra, R. y García Falcón, A., (1986), *Transporte aéreo y transporte terrestre turístico*, México, Editorial Limusa.

#### **Recursos electrónicos**

Parra López, E., Melchior Navarro, M. & Ramos Domínguez, Á. (2003). Análisis e impacto de los tour-operadores y las agencias de viaje en el transporte turístico: nuevas tendencias. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(2), pp. 217-229. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88110210>

Landman, P. (2010). XOTELS Managing Price Sensitivity In Hotels: Lastminute Deals Vs. Early Bird Offers, recuperado <http://www.xotels.com/en/revenue-management/revenue-management-book/price-sensitivity>

Lobo Montero, P., García Moreno, B. (2008). Turismo, transporte aéreo y compañías de bajo coste. *Estudios turísticos*, (175-176), pp. 13-39. Recuperado de <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-175-176-2008-pag13-39-104434.pdf>

Sánchez Crispín, A. & Propín Frejomil, E. (2011). Transporte y turismo en la península de Baja California, México. *Transporte y Territorio*, (5), pp. 48-71. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3790435>

Manchón Contreras, F. & Aranda Pérez, T. (2007). Transporte aéreo y turismo dos industrias estrechamente relacionadas. *Estudios turísticos*, (172-173), pp. 265-271. Recuperado de <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-172-173-2007-pag265-271-101072.pdf>

Parra López, E., Melchior Navarro, M. & Ramos Domínguez, Á. M. (2003). Análisis e impacto de los touroperadores y las agencias de viaje en el transporte turístico nuevas tendencias en Canarias. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, 1(2), pp. 217-229. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/Publicados/1203/PS090603.pdf>

Robledo Camacho, M. A. (2004). Modelos de medición de la calidad de servicio: su aplicación a empresas de transporte aéreo. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, (18), pp. 147-172. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1143677>

Gutiérrez Puebla, J. (1998). Transporte, movilidad y turismo en los centros históricos. *Eria, Revista cuatrimestral de geografía*, (47), pp. 241-248. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=34880>

Pasos, Revista de Turismo y patrimonio cultural, <http://www.pasosonline.org/>

Revista Hosteltur, <http://www.hosteltur.com>

Organización Mundial de Turismo, <http://www2.unwto.org/es>



Secretaría de Turismo, <http://www.sectur.gob.mx/>

Vargas, D. *Yield & revenue management para aerolíneas de bajo coste*, recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria-2/yield-revenue-management-para-aerolineas-de-bajo-coste.htm>

# **Maestría en Administración**

**Actividades académicas optativas comunes a  
todos los campos**

Seminario de Didáctica

 <div style="text-align: center;"> <p><b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b>  <b>PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN</b>  <b>MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN</b></p> </div> 
---

<b>Programa de Actividad Académica:</b> Seminario de Didáctica			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 1°, 2° ó 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración de Organizaciones, Administración de Sistemas de Salud, Administración de Negocios Internacionales, Administración Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones, Administración de Autotransporte de Pasajeros, Administración del Deporte, Administración de Restaurantes, Administración del Turismo.
<b>Modalidad:</b>	Curso ( ) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( X )	<b>Tipo</b>	T ( x ) P ( ) T/P ( )
<b>Carácter:</b>	Obligatorio ( ) Optativo ( ) Obligatorio E ( ) Optativo E ( x )	<b>Horas</b>	
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>
		Teóricas: 3	Teóricas: 48
		Prácticas: 0	Prácticas: 0
		Total: 3	Total: 48

<b>Seriación</b>	
Ninguna ( X )	
Obligatoria ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
Indicativa ( )	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al término del curso el alumno será capaz de: Comprender el sistema complejo del entramado teórico – metodológico en el que se inscribe la didáctica como disciplina que se encarga de intervenir en los procesos de enseñanza y aprendizaje a través del currículo, las estrategias, la evaluación así como la reflexión mismos que servirán para potenciar conocimientos actitudes y valores entre los actores educativos.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
El alumno será capaz de: Identificar a la didáctica como un sistema complejo en el que se entretienen sus componentes para lograr que se lleven a cabo los procesos de enseñanza y aprendizaje.	

Conocer las diferentes categorías conceptuales básicas que le permitan hacer análisis fundamentado y crítico de la docencia. Identificar los principios generales del proceso de aprendizaje y de enseñanza que faciliten la apropiación de los conocimientos así como de las actitudes y valores.

Conocer cada una de las tendencias contemporáneas de la didáctica y sus aportaciones al proceso de aprendizaje y enseñanza. Reflexionar sobre la importancia de la intervención docente así como de la evaluación de su puesta en práctica.

Analizar las interrelaciones entre el sistema educativo, la enseñanza, la institución escolar y la realidad socioeconómica, cultural y política del entorno.

Desarrollar la capacidad de investigación, selección y utilización de fuentes documentales y material bibliográfico de los temas a tratar.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	La función de la educación superior: evolución y concepto	12	0
2	La didáctica y los procesos de enseñanza – aprendizaje	12	0
3	El currículum	12	0
4	Tendencias contemporáneas de la didáctica	6	0
5	La dimensión metodológica en la enseñanza de aprendizajes significativos y situados: diversas modalidades	6	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

Contenido Temático	
Unidad	Tema y subtemas
1	La función de la educación superior: evolución y concepto 1.1 Antecedentes remotos de la universidad 1.1.1 La academia de Platón 1.1.2 El gimnasio de Aristóteles 1.2 Las primeras universidades europeas 1.2.1 Bolonia 1.2.2 Padua 1.2.3 París 1.3 La didáctica magna Juan Amós Comenio 1.4 Principales precursores de la didáctica.
2	La didáctica y los procesos de enseñanza – aprendizaje 2.1 Antecedentes de la Didáctica 2.1.1 Dimensiones: Científica, explicativa, práctica y normativa. 2.2 Estructura semántica de la didáctica 2.2.1 Los procesos de enseñanza – aprendizaje 2.3 La Interdisciplinariedad 2.4 La investigación en didáctica
3	El currículum 3.1 Teorías Curriculares 3.1.1 Currículum como campo de estudio 3.1.2 Currículum oculto 3.1.3 Currículum como planificación 3.2 Desarrollo del currículum 3.3 Diseño y desarrollo de currículum 3.4 Evaluación de los aprendizajes 3.4.1 Conceptualización, técnicas e instrumentos de evaluación. 3.4.2 Métodos y procedimientos de evaluación.
4	Tendencias contemporáneas de la didáctica 4.1 Clásica 4.1.1 Caracterización y representantes 4.2 Tecnología Educativa

	4.2.1 Caracterización y representantes 4.3 La escuela Nueva 4.3.1 Caracterización y enfoques. 4.3.2 No directiva 4.3.3 Liberadora 4.3.4 Crítica
5	La dimensión metodológica en la enseñanza de aprendizajes significativos y situados: diversas modalidades 5.1 Cognitivas 5.2 Aprendizaje 5.2.1 Significativos 5.2.2 Situados 5.3 Estrategias para la integración constructiva 5.4 Estrategias discursivas 5.5 La tutoría universitaria

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( X )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( x )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

**Línea de investigación:** Organizaciones, Sistemas de Salud, Negocios Internacionales, Industrial, Tecnología, Contribuciones, Autotransporte de Pasajeros, Deporte, Restaurantes, Turismo.

#### Perfil profesiográfico

<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado.
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de Maestría, con experiencia docente y/o investigación.
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente.

#### Bibliografía básica

Álvarez, J. M. (2012). *Didáctica, currículo y evaluación*. Madrid: Miño y Dávila.  
 Ardoino, J. (2005). *Complejidad y formación: pensar la educación desde una mirada epistemológica*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.  
 Bórquez, R. (2006). *Pedagogía Crítica*. México: Trillas.  
 Camilloni, A. (2010). *El saber didáctico*. Buenos Aires: Paidós.  
 Comenio, J. (2005). *Didáctica Magna, entender el currículo*. México: Porrúa.  
 Díaz, Á. (2005). *Didáctica y currículum*. México: Paidós.

Díaz, A. F. (2006). *Enseñanza situada: vínculo entre la escuela y la vida*. México : Mc Graw Hill.

Dussel, I. (2012). *La información docente y la cultura digital: métodos y saberes de una nueva época*. Buenos : Aires Paidos.

Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI.

García, R. (2006). *Sistemas complejos Concepto, métodos y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. España : Gedisa.

Gimeno, S. J. (2008). *Educación por competencias ¿qué hay de nuevo?* Madrid: Morata.

Jarauta, B., & Imbernon, F. (2012). *Pensando en el futuro de la educación. Una nueva escuela para el siglo XXII* . Madrid : Grao.

Litwin, E. (2008). *El oficio de docente y la evaluación en el oficio de enseñar*. Buenos Aires: Paidos.

Luna, J. (2008). *Complejidad de educación*. España: Nau Lilibres.

Malagón, A. (2005). *Universidad y sociedad Pertinencia y educación superior*. Colombia : Magisterio.

Medina, A., & Salvador, F. (2009). *Didáctica General*. Madrid : Morata.

Monclús, A. (2011). *La educación entre la complejidad y la organización*. Madrid : GEU.

Pansza, M. (2005). *Operatividad de la didáctica*. México : Gernika.

Perrenoud, P. (2008). *La evaluación de los alumnos de la producción de la excelencia a la regulación de los aprendizajes entre dos lógicas*. Buenos Aires: Colihue.

### **Bibliografía complementaria**

Barkley, E. F., Cross, K. P., & Howell, M. (2007). *Técnicas de aprendizaje colaborativo*. Madrid : Morata.

Comenio, J. A. (2005). *Didáctica Magna*. México : Porrúa.

De la Herrán, A. (2010). *Como enseñar en el aula universitaria*. Madrid: Pirámide.

Díaz, A. F., & Hernández, G. (2010). *Estrategias Docentes Para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructiva*. México: Mc Graw Hill.

Elliott, J. (2005). *La investigación, acción en educación*. Madrid: Morata.

Guzmán, J., & Guzmán, T. (2009). *Innovación ejecutiva y tecnológica*. México : Universidad de Tamaulipas y la Cámara de Diputados .

Kohan, W. (2008). *Filosofía la paradoja de aprender y enseñar*. Buenos Aires: Zorzal.

### **Recursos electrónicos**

Álvarez Méndez, J.M. (2013). *La evaluación educativa al servicio de quien aprende: el compromiso necesario con la acción crítica*. "Recuperado el 15 de agosto de 2014" de <http://www.fceia.unr.edu.ar/geii/maestria/2013/CelmanParte02/CELMAN%204.pdf>

Alba Pastor, Carmen (2005). *El profesorado y las tecnologías de la información y la comunicación en el proceso de convergencia al espacio europeo de educación superior* "Recuperado el 15 de agosto de 2014" de [http://www.ince.mec.es/revistaeducacion/re337/re337\\_02.pdf](http://www.ince.mec.es/revistaeducacion/re337/re337_02.pdf)

Revista de Educación, núm. 337, pp. 13-36 Dussel, Inés (2010). *Pedagogía. El currículum* "Recuperado el 15 de agosto de 2014" de <http://explora.educ.ar/wp-content/uploads/2010/04/PEDAG07-El-curriculum.pdf>



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**Programa de Actividad Académica:** Seminario de Investigación Aplicada

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 3°	<b>No. Créditos:</b> 6	<b>Campo de conocimiento:</b> Administración de Organizaciones, Administración de Sistemas de Salud, Administración de Negocios Internacionales, Administración Industrial, Administración de la Tecnología, Administración de las Contribuciones, Administración de Autotransporte de Pasajeros, Administración del Deporte, Administración de Restaurantes, Administración del Turismo.		
<b>Modalidad:</b>	<b>Curso ( ) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( X )</b>	<b>Tipo</b>	<b>T ( x )</b>	<b>P ( )</b>	<b>T/P ( )</b>
<b>Carácter:</b>	<b>Obligatorio ( ) Optativo ( )</b> <b>Obligatorio E ( ) Optativo E ( X )</b>	<b>Horas</b>			
<b>Duración del programa:</b> 16 semanas			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>	
			<b>Teóricas: 3</b>	<b>Teóricas: 48</b>	
			<b>Prácticas: 0</b>	<b>Prácticas: 0</b>	
			<b>Total: 3</b>	<b>Total : 48</b>	

<b>Seriación</b>	
<b>Ninguna ( X )</b>	
<b>Obligatoria ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Indicativa ( )</b>	
<b>Actividad académica antecedente</b>	Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b>	Ninguna
<b>Objetivo general:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Desarrollar su trabajo de investigación terminal para la obtención de su grado de maestría, con los elementos necesarios que marca la guía para la elaboración de trabajos de titulación.	
<b>Objetivos específicos:</b>	
Al finalizar el curso el alumno será capaz de: Realizar los ajustes necesarios referentes al problema, objetivos e hipótesis/premisas de su trabajo de investigación terminal Realizar la revisión y ajuste necesario de la justificación de su trabajo de investigación terminal Identificar la bibliografía faltante para fundamentar su trabajo a través de búsquedas de información en bases de datos de revistas indexadas u otros documentos	

Identificar y desarrollar los temas faltantes que fundamenten tanto el problema como la propuesta de su trabajo  
 Comprender los métodos de construcción de la teoría y aplique un método para el desarrollo del fundamento teórico de su trabajo  
 Comprender la forma de incorporar las referencias bibliográficas e identificar las acciones que pueden llevarlo a cometer plagio y autoplagio.  
 Definir las variables de su trabajo de investigación y los instrumentos de recolección de datos  
 Establecer un procedimiento para la recolección de datos y de ser posible lo lleve a cabo  
 Realizar el análisis, presentación e interpretación de datos  
 Elaborar las conclusiones, discusión e introducción de su trabajo de investigación terminal  
 Realizar una revisión completa de su trabajo de investigación terminal: estructura, redacción y fuentes de información

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
<b>1</b>	Presentación y revisión del protocolo o avance del trabajo de obtención del grado	9	0
<b>2</b>	Revisión de la teoría o fundamentación del trabajo de obtención del grado	12	0
<b>3</b>	Desarrollo de la investigación	12	0
<b>4</b>	Integración del trabajo de obtención del grado	15	0
<b>Total:</b>		<b>48</b>	<b>0</b>

<b>Contenido Temático</b>	
<b>Unidad</b>	<b>Tema y subtemas</b>
<b>1</b>	Presentación y revisión del protocolo o avance del trabajo de obtención del grado 1.1 Problemática planteada o situación abordada 1.2 Objetivos del trabajo 1.3 Hipótesis, premisas planteadas o alternativas de solución en la modalidad de caso 1.4 Justificación de la investigación o trabajo a desarrollar 1.5 Índice tentativo del trabajo 1.6 Bibliografía utilizada y a utilizar
<b>2</b>	Revisión de la teoría o fundamentación del trabajo de obtención del grado 2.1 Identificación de los temas que fundamentan tanto el problema como la propuesta del trabajo de obtención del grado 2.2 Construcción de la teoría 2.3 Métodos de construcción de la teoría 2.4 Las referencias bibliográficas 2.5 Búsqueda de información en bases de datos de revistas indexadas 2.6 Formas de citación y presentación de las referencias y la bibliografía 2.7 El plagio y el autoplagio
<b>3</b>	Desarrollo de la investigación 3.1 Definición de variables e instrumentos de recolección de datos 3.2 Determinación de la unidad de análisis (muestra, sujetos u objetos de estudio) 3.3 Recolección de datos cualitativos o cuantitativos 3.4 Análisis de datos cualitativos o cuantitativos 3.5 Presentación de resultados 3.6 Interpretación de resultados
<b>4</b>	Integración del trabajo de obtención del grado 4.1 Desarrollo de los capítulos del trabajo 4.2 Elaboración de las conclusiones y discusión 4.3 Elaboración de la introducción 4.4 Revisión de la estructura del trabajo y ajuste del índice 4.5 Revisión de la redacción y ortografía del trabajo 4.6 Revisión de las fuentes de información

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	( X )	Exámenes parciales	( X )
Trabajo en equipo	( X )	Examen final	( X )
Lecturas	( X )	Trabajos y tareas	( X )
Trabajo de investigación	( X )	Presentación del tema	( X )
Prácticas (taller o laboratorio)	( )	Participación en clase	( X )
Prácticas de campo	( )	Asistencia	( )
Aprendizaje por proyectos	( )	Rúbricas	( )
Aprendizaje basado en problemas	( X )	Portafolios	( )
Casos de enseñanza	( )	Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )	Otras (especificar)	( )

**Línea de investigación:** Organizaciones, Sistemas de Salud, Negocios Internacionales, Industrial, Tecnología, Contribuciones, Autotransporte de Pasajeros, Deporte, Restaurantes, Turismo.

#### Perfil profesiográfico

<b>Grado académico:</b>	Maestría o Doctorado
<b>Experiencia docente:</b>	Profesor con grado académico mínimo de Maestría, con experiencia docente y/o de investigación.
<b>Otra característica:</b>	Práctica profesional en el área correspondiente.

#### Bibliografía básica

Corbetta, P. (2010). *Metodología y técnicas de investigación social*. (2ª ed.). Madrid: McGraw-Hill Interamericana

Davis, D. (2001). *Investigación en administración para la toma de decisiones Business*. México: Internacional Thompson Editores.

Hernández, S. R., Collado C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5º ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Lind, D. A., William G. M. y Samuel, A. W. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (4ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Marradi, A., Archenti, A. y Piovani, J. (2011) *Metodología de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Cengage Learning.

Méndez, Á.C.E. (2001). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. (3ª ed.). Santafé de Bogotá: McGraw-Hill Interamericana

Pérez, S.G. (1994). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes I. Métodos*. Madrid: La Muralla.

Pérez, S.G. (1994). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes II. Técnicas y análisis de datos*. Madrid: La Muralla.

Zapata-Barrero, R. y Sánchez-Montijano E. (2011). *Manual de Investigación cualitativa en la ciencia política*, Madrid: Tecnos.

#### Bibliografía complementaria

Babbie, E. (2000). *Fundamentos de investigación social*. México: International Thomson Editores.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3º ed.) Santafé de Bogotá: Pearson Educación.

Byrne, B. (2010) *Structural Equations Modeling with AMOS*. (2ª ed.). Nueva York: Routledge.

Dieterich, H. (2012) *Nueva guía para la investigación científica*. (2ª reimp.). México: Orfila Valentini.

Eco, U. (2010). *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*. (9ª reimp.). Barcelona: Gedisa.

Giroux, S. y Ginette T. (2004). *Metodología de las ciencias humanas, La investigación en acción*, México: Fondo de Cultura Económica.

Kazdin, A. (2011). *Single-case research design: Method for clinical and applied settings*. (2ª ed.). Nueva York: Oxford University Press.

Krueger, R. y Casey, M. A. (2009). *Focus groups: A practical guide for applied research*. (4ª ed.). California: Sage.

Pardinas, F. (2012). *Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales*. (1º reimp.). México: Siglo XXI.

Ritchey, F. (2008). *Estadística para las ciencias sociales*. (2ª ed.) México: Mc Graw-Hill.

Salking, N. (1997). *Métodos de Investigación Social*. (3ª Ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana.

Tabachnick, B., y Fidel, L. (2012). *Using multivariate statistics*. (6ª ed.). USA: Pearson.

Yin, R. K. (1994). *Case Study Research. Design and Methods*. (2a ed.). USA: Sage.

### **Recursos electrónicos**

Bases de datos científicas de artículos indexados  
Biblioteca electrónica UNAM: [www.dgb.unam.mx](http://www.dgb.unam.mx)  
Redalyc: <http://www.redalyc.org/home.oa>  
Latindex: <http://www.latindex.unam.mx/>  
SciELO: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php>