

PROGRAMA EDUCATIVO:
LICENCIATURA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES

PROGRAMA DE ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCIOS

CLAVE: E-PLNE-2

Propósito de aprendizaje de la Asignatura		El estudiante desarrollará ideas de negocios de proyectos turísticos a nivel perfil, haciendo uso de la metodología de formulación y evaluación de proyectos, para aprovechar oportunidades en el mercado y establecer su viabilidad.			
Competencia a la que contribuye la asignatura		Diseñar productos y servicios turísticos experienciales a través de técnicas creativas de innovación, diagnósticos de vocación turística y proceso de comercialización, para la competitividad, el desarrollo comunitario y diversificar la oferta turística.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad	Horas por semana	Horas Totales
Específica	5	5.62	Escolarizada	6	90

Unidades de Aprendizaje		Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
I.	Introducción a la formulación de plan de negocios	7	0	7
II.	Análisis de mercado	10	18	28
III.	Análisis técnico	8	17	25

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

IV. Análisis y evaluación financiera	12	18	30
Totales	37	53	90

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
Estructurar productos y servicios turísticos experienciales a través del análisis de la vocación turística, investigación de mercado y técnicas creativas de innovación, alineados a la normatividad vigente, para generar valor y competitividad en la empresa.	Integrar productos y servicios turísticos considerando la planeación estratégica, indicadores de turismo sostenible, vocación turística, en apego a la normativa, principios de economía social y solidaria para contribuir a la diversificación de la oferta de los destinos.	Elabora una propuesta de productos y/o servicios turísticos que contenga: - Caracterización - Ubicación - Servicios a ofertar - Investigación de mercado - Objetivo del estudio de mercado - Método de técnicas de investigación. - Recopilación de datos. - Análisis e interpretación de datos. - Informe de resultados b) Caracterización de la demanda. c) Análisis de la competencia - Perfil del turista y del visitante - Principios de la economía social y solidaria aplicables: Equidad, trabajo digno, cooperación, sostenibilidad ecológica, reparto justo de la riqueza y compromiso del entorno. - Análisis de criterios de sostenibilidad: Gestión de la empresa, impacto y beneficio económico-social, impactos y beneficios del patrimonio y del ambiente. - Matriz de la integración del producto turístico - Normativa aplicable - Referencias
Desarrollar planes de negocios considerando análisis de la oferta	Elaborar estudios de mercado a través de un análisis del entorno interno y externo, así como del uso	Formular un estudio de mercado para un producto y/o servicio turístico que incluya:

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

turística, atendiendo las necesidades del segmento de mercado objetivo y elaborando el estudio técnico, administrativo, ambiental, financiero y de impacto social para determinar la factibilidad de los productos y servicios turísticos.	de herramientas tecnológicas para identificar las oportunidades y posicionamiento de los productos y servicios turísticos.	a) Investigación de mercado - Objetivo del estudio de mercado - Método de técnicas de investigación. - Recopilación de datos. - Análisis e interpretación de datos. - Integración de precio - Informe de resultados b) Caracterización de la demanda. c) Análisis de la competencia
	Diseñar un plan de comercialización de productos y servicios turísticos experienciales a través del análisis de los resultados de la investigación de mercados y uso de estrategias de comunicación integradas de mercadotecnia para satisfacer las demandas y contribuir en la generación de una economía social y solidaria.	Formular una propuesta de un plan de comercialización que contenga: a) Tipos de experiencias y su justificación b) Estrategias de comunicación c) Comercialización en el mercado y del consumo solidario d) Segmentación de mercado e) Posicionamiento del producto f) Estrategias de producto y de promoción con enfoque inclusivo, de equidad y género. g) Estrategias de distribución h) Análisis de la competencia i) Referencias
	Desarrollar propuesta de estudio técnico en productos y servicios turísticos experienciales a través del uso de herramientas tecnológicas innovadoras, análisis del producto, del proceso organizacional, mejora continua y sustentabilidad para contribuir con la competitividad de la organización y diversificar la oferta turística.	Elabora un estudio técnico que incluya: a) Aspectos técnicos. - Especificación del producto o servicio. - Descripción del proceso del producto o servicio - Capacidad de carga. - Macro y micro localización - Requerimientos de instalaciones, maquinaria y equipos. - Requerimientos de capital humano. - Materias primas e insumos. - Normatividad - Costos

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

		b) Estudio administrativo - Figura jurídica - Tipo de sociedad. - Filosofía y estructura organizacional - Manual de perfil y descripción de puestos. - Plan de capacitación c) Estudio de impacto ambiental - Evaluación preliminar de impacto ambiental - Medidas de prevención y mitigación d) Acciones de gestión de calidad - Estándares y certificaciones de calidad
	Elaborar planes financieros mediante el desarrollo de presupuesto de inversión, de egresos e ingresos e indicadores financieros y manejo de grupos de interés, para aplicar a fuentes de financiamiento con responsabilidad social empresarial.	Elaborar un informe que contenga: a) Plan financiero -Estrategias de fijación de precios - Presupuesto de inversiones. - Estructura financiera. - Presupuestos de ingresos y egresos. - Fuentes de financiamiento. b) Plan de responsabilidad social empresarial - Grupos de interés. - Mapeo y análisis de los grupos de interés. . Matriz de influencia y relevancia de los grupos de interés - Acciones a seguir.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	I. Introducción a la formulación de plan de negocios				
Propósito esperado	El estudiante identificará las generalidades de los planes de negocios, etapas de desarrollo y sus tipos para contextualizar la idea de proyectos turísticos.				
Tiempo Asignado	Horas del Saber	7	Horas del Saber Hacer	0	Horas Totales 7

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Generalidades de los planes de negocios	Identificar el concepto e importancia de los planes de negocios en el sector turístico. Identificar los conceptos y características de los proyectos públicos y privados. Describir las etapas del ciclo de vida de los proyectos: - Generación o pre inversión - Ejecución o inversión - Operación - Abandono o cierre del proyecto	Detectar las etapas del ciclo de vida de los proyectos turísticos	Desarrollar el pensamiento ético para su aplicación en el ejercicio de sus funciones. Actuar de manera responsable para contribuir de manera eficiente en el trabajo colaborativo. Desarrollar el pensamiento analítico para contribuir en la toma de decisiones pertinente.
Etapas de la formulación del plan de negocios	Identificar las etapas de la formulación de planes de negocios: - Gestión de marketing - Gestión operativa - Gestión estratégica - Gestión de personas	Relacionar las etapas de los planes de negocios según su objetivo	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	- Gestión legal - Gestión financiera		
Tipos de planes de negocios	Describir los tipos de planes de negocios y sus características: - Por enfoque (estratégico u operativo) - Por extensión (breve o estándar) - Por los objetivos	Seleccionar tipos de planes de negocios aplicables en productos y servicios turísticos	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Realización de trabajos de investigación Discusión en grupo Lluvia de ideas	Materiales impresos Equipo multimedia Internet Biblioteca digital Pintarrón Proyector	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
El estudiante comprende las generalidades de los planes de negocios, sus etapas y tipos.	Elaborar un mapa mental sobre planes de negocios que contenga: - Concepto e importancia - Etapas de formulación - Tipos y características	Rúbrica Lista de cotejo

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	II. Análisis de mercado					
Propósito esperado	El estudiante formulará propuestas de mercado para la diversificación de productos y servicios turísticos.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	10	Horas del Saber Hacer	18	Horas Totales	28

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Oferta, demanda y entorno	Comprender el proceso de análisis de la competencia. Describir el proceso de caracterización de la oferta: - Competidores - Presencia de mercado - Calidad de los productos - Precios - Canales de distribución. Reconocer el proceso de investigación de mercados con uso de herramientas tecnológicas Describir el proceso de caracterización de la demanda: - Mercado objetivo - Ubicación geográfica - Nivel socioeconómico - Género	Determinar la demanda potencial del bien o servicio Realizar investigaciones de mercado Determinar la oferta del bien o servicio existente	Desarrollar el pensamiento ético para su aplicación en el ejercicio de sus funciones. Actuar de manera responsable para contribuir de manera eficiente en el trabajo colaborativo. Desarrollar la creatividad para realizar propuestas de mercadotecnia de vanguardia. Desarrollar el pensamiento analítico para contribuir en la toma de decisiones pertinente.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	- Rango de edad.		
Descripción de productos y servicios	Comprender la importancia de la definición del bien o servicio. Reconocer las características y propiedades del bien o servicio: - nombre - marca - diseño - tamaño - color(es) - sabor(es) - textura - empaque - presentación - imagen.	Proponer bienes y servicios	
Estrategia de mercadotecnia y ventas	Reconocer los elementos de la mezcla (Mix) promocional en los productos y servicios turísticos: Promoción de ventas. - Relaciones Públicas - Publicidad - Venta personal -Marketing directo Describir el uso de herramientas tecnológicas aplicables en la mezcla (Mix) promocional	Desarrollar propuestas de mezcla promocional en productos y servicios turísticos	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	
		Laboratorio / Taller	
Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Materiales impresos Equipo multimedia Internet Pintarrón Proyector Herramientas tecnológicas	Empresa	X

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
El estudiante analiza la estructura de una investigación de mercado y su aplicación en el desarrollo de proyectos turísticos.	A partir del diseño de una experiencia turística, elaborar un reporte de análisis de mercado que contenga: - Descripción del bien o servicio - Análisis de la demanda - Análisis de la oferta - Propuesta de mezcla (mix) promocional	Rúbrica Lista de cotejo

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	III. Análisis técnico					
Propósito esperado	El estudiante formulará propuestas técnicas de ideas de negocio para proyectar el comportamiento operativo e ingeniería de los productos y servicios turísticos.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	8	Horas del Saber Hacer	17	Horas Totales	25

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Plan de operaciones y gestión	Identificar los factores que determinan la magnitud del proyecto: - Tamaño del mercado - Zona geográfica - Capacidad financiera - Tecnológicos - Legales - Disponibilidad de insumos, materiales y recursos humanos - Organizacionales. Describir los factores y el proceso de determinación de la localización del proyecto turístico. Describir el proceso de diseño de distribución de planta y uso de herramientas tecnológicas aplicables	Determinar el tamaño y localización óptima de proyectos turísticos Diseñar la distribución de planta Desarrollar ingeniería de proyectos. Realizar propuestas de infraestructura y equipamiento Seleccionar proveedores de insumos y materiales	Desarrollar el pensamiento ético para su aplicación en el ejercicio de sus funciones. Actuar de manera responsable para contribuir de manera eficiente en el trabajo colaborativo. Desarrollar el pensamiento analítico para contribuir en la toma de decisiones pertinente.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	Identificar las características y capacidad de la infraestructura y equipo requerida en los proyectos turísticos Describir las necesidades de insumos y materiales de los proyectos turísticos Identificar el proceso de evaluación de proveedores.		
Plan de sostenibilidad	Comprender la importancia del estudio de impacto ambiental en los proyectos. Describir las buenas prácticas laborales y sus características: - Normas de seguridad - Normas de higiene - Normas ambientales - Normas sociales	Proponer buenas prácticas laborales en proyectos turísticos	
Plan organizacional	Describir los elementos de la gestión organizacional y sus características: - Definición del negocio - Filosofía organizacional - Análisis de Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) del nuevo negocio - Objetivos estratégicos Describir los elementos de la gestión de personas y sus características: - Estructura organizativa - Necesidad de personal	Realizar planes organizacionales de proyectos turísticos	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	- Proceso de contratación - Evaluación de desempeño		
Figuras jurídicas	Distinguir los tipos de empresas de acuerdo a la Ley de Sociedades Mercantiles vigente, su objetivo y proceso de constitución Identificar los aspectos tributarios de los tipos de empresas	Seleccionar tipos de empresas aplicables a proyectos turísticos	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Materiales impresos Equipo multimedia Internet Pintarrón Proyector Herramientas tecnológicas	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
El estudiante analiza la estructura de una propuesta técnica y su aplicación en el desarrollo de proyectos turísticos.	A partir de los resultados de un análisis de mercado de una experiencia turística, elaborar un reporte técnico que contenga: - Tamaño y localización - Ingeniería del proyecto - Infraestructura y equipo - Selección de proveedores - Buenas prácticas laborales - Plan organizacional a) Definición del negocio	Rúbrica Lista de cotejo

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	b) Filosofía organizacional c) Análisis FODA d) Estructura organizativa e) Descripción de puestos f) Proceso de contratación - Descripción de la constitución de empresa	
--	---	--

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	IV. Análisis y evaluación financiera				
Propósito esperado	El estudiante formulará propuestas financieras para evaluar la rentabilidad de los proyectos turísticos.				
Tiempo Asignado	Horas del Saber	12	Horas del Saber Hacer	18	Horas Totales 30

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Presupuestos (presupuesto de capital, fuentes de financiamiento y presupuesto maestro)	Identificar la estructura del presupuesto de capital y su proceso de elaboración: - Inversión fija - Inversión diferida - Capital de trabajo Identificar las fuentes de financiamiento en proyectos: - Internas: capital - Externas: públicas y privadas. Identificar la estructura del presupuesto maestro, su proceso de elaboración y uso de herramientas tecnológicas aplicables	Elaborar presupuestos de capital de proyectos turísticos Elaborar presupuestos maestros de proyectos turísticos	Desarrollar el pensamiento ético para su aplicación en el ejercicio de sus funciones. Actuar de manera responsable para contribuir de manera eficiente en el trabajo colaborativo. Desarrollar la creatividad para realizar propuestas de mercadotecnia de vanguardia.
Proyección de estados financieros	Reconocer el proceso de elaboración de estados financieros. Describir el proceso de elaboración de los estados financieros proforma. y uso de herramientas tecnológicas aplicables	Proyectar estados financieros	Desarrollar el pensamiento analítico para contribuir en la toma de decisiones pertinente.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Análisis de estados financieros	Definir el concepto de análisis e interpretación de estados financieros. Describir los métodos de análisis de estados financieros: - Verticales: - Porcientos integrales - Razones financieras - Punto de equilibrio - Horizontales: - Tendencias - Aumentos y disminuciones. Describir el uso de herramientas tecnológicas aplicables en estados financieros	Interpretar la situación financiera de los proyectos turísticos	
Evaluación financiera	Describir el concepto e importancia de los indicadores de viabilidad financiera: - Utilidad líquida - Rentabilidad - Punto de equilibrio - Tiempo de Retorno de la Inversión - Flujo de caja - Valor Actual Neto (VAN) - Tasa Interna de Retorno (TIR)	Relacionar los indicadores de viabilidad financiera en el contexto de los planes de negocios	
Resumen ejecutivo	Distinguir el concepto y elementos de un resumen ejecutivo: - Problema o necesidad a resolver - Objetivos - Valor de solución - Conclusión	Formular resúmenes ejecutivos	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
		Laboratorio / Taller	
Ejercicios prácticos Realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Equipo de cómputo Proyector Pintarrón Materiales impresos Internet Procesador de textos Hojas de cálculo	Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
El estudiante analiza la estructura de un reporte financiero y su aplicación en el desarrollo de proyectos turísticos	A partir del diseño de una experiencia turística, elaborar un reporte financiero que contenga: - Presupuesto de capital - Fuentes de financiamiento - Presupuesto maestro - Estados financieros proforma	Rúbrica Lista de cotejo

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional
Licenciatura en Gestión de Negocios y Proyectos, Licenciatura en Contaduría, Licenciatura en Administración, Maestría en Administración, Finanzas, o carrera a fin.	Habilidades en uso de herramientas didácticas para el proceso de enseñanza-aprendizaje, manejo de tecnología educativa.	Al menos 2 años de experiencia como Proyectista, Desarrollador de proyectos, Emprendedor, Consultor-asesor o Administrador. 2 años de experiencia docente.

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Alcaraz Rodríguez, Rafael Eduardo	2020	El emprendedor de éxito	México	Mc Graw Hill	9786071514585
Bóveda, José Enrique, Oviedo, Adalberto y Yakusik S. Ana Luba	2015	Guía práctica para la elaboración de un plan de negocio.	Paraguay	Consultora productiva	
Burbano Pérez, Antonio	2019	Costos y presupuestos Conceptos fundamentales para la gerencia	Colombia	Alfaomega	9789587785852
Kotler, Philip y Keller Kevin Lane	2023	Dirección de marketing	México	Pearson	9786073259446
Kotler, Philip y Kotler, Milton	2016	Marketing de ciudades	México	Almuzara	9788483569405
Lara Flores, Elías y Lara Olivo, José Francisco	2019	Práctica del primer curso de contabilidad	México	Trillas	9786071736185

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Mármol Sinclair, Patricia y Ojeda García, Carmen Delia	2022	Marketing Turístico	España	Paraninfo	9788413665252
Ramírez Padilla, David Noel	2018	Contabilidad administrativa	México	McGraw-Hill	9781456261429
Torres, Zacarías, Torres Helí	2020	Administración de proyectos	México	Patria	9786074384178

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo
Vargas Moreno María de los Ángeles	11/06/2024	Fundamentos de contabilidad	https://www.google.com.mx/books/edition/Fundamentos_de_contabilidad_versi%C3%B3n_puro/VuPQEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Vargas+Moreno+Mar%C3%ADa+de+los+%C3%81ngeles&pg=PP1&printsec=frontcover
Polli Leite, Fernanda, Pontes, Nicolas y Schivinski, Bruno	11/06/2024	Journal of Travel & Tourism Marketing: Published by Taylor & Francis Influencer marketing effectiveness: giving competence, receiving credibility	https://www.researchgate.net/journal/Journal-of-Travel-Tourism-Marketing-1540-7306 Online ISSN: 1540-7306 /Print ISSN: 1054-8408

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-45.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	