



UNIVERSIDAD DE SONORA
Unidad Regional Centro
División de Ciencias Económicas Administrativas
Departamento Contabilidad
LICENCIATURA EN TURISMO

Asignatura: Empresa y sociedad			Clave: (ESCOLARES)
Antecedente: N/A		Consecuente: N/A	
Créditos: 8	Modalidad: Semipresencial	Horas Semana: 4	Horas curso: 64
Modalidad enseñanza-aprendizaje: Curso		Departamento de Servicio: Economía	
Eje de formación: Básica			
Competencias específicas a desarrollar:			
Competencia 1 – Diagnostica procesos sociodemográficos, políticos y culturales que influyen en el desarrollo turístico.			
Competencia 5 – Gestiona organizaciones turísticas mediante el diseño de planes de negocios, la administración de sistemas en la operación de los servicios turísticos y dirige organizaciones.			

Introducción:

Naturaleza y funciones de la empresa turística y su ubicación en la industria turística y en el contexto económico, político y social más amplio. En la primera unidad, se introduce a la empresa y sus principales elementos del macroentorno y microentorno. En la segunda unidad, se analiza el sector turístico. La tercera unidad hace referencia a las ventajas competitivas, condiciones y clasificación. En la unidad cuatro, se realiza un análisis del entorno y la sociedad considerando capital político y redes sociales. En la quinta unidad se realiza un análisis de las fortalezas y debilidades de la comunidad. En la unidad seis se describen los instrumentos para la captura de información y en la última unidad se analiza la información obtenida.

Propósito:

La asignatura pertenece al eje básico, se imparte en el primer semestre y es de carácter obligatorio. El propósito es que el alumno reconozca las características básicas y el modo de funcionamiento de una empresa orientada a ofrecer productos y servicios turísticos, así como su ubicación en el contexto más amplio del propio sector y de la economía en su conjunto.

Objetivo General:

Comprender la naturaleza de una empresa y sus funciones y reconocer las particularidades de la misma cuando está orientada al sector de turismo. Así como de sus relaciones con la sociedad a la que sirve y donde se desenvuelve, conectando con las fuerzas y debilidades de la empresa así como las oportunidades y amenazas que se detectan en su entorno.

Objetivos Específicos:

1. Que el alumno comprenda la naturaleza de la empresa y sus funciones básicas
2. Que el alumno sea capaz de llevar a cabo un análisis del entorno en que se desenvuelve la empresa
3. Que el alumno comprenda y aplique el modelo del diamante de Porter y la técnica de Benchmarking
4. Que sea capaz de conceptualizar el conocimiento como fuente de ventaja competitiva
5. Que maneje la teoría de la acción social del capital político y social
6. Que comprenda y maneje el análisis DAFO
7. Que aprenda a construir y manejar bases de datos comunitarias
8. Que sea capaz de analizar y clasificar información relevante para la toma de decisiones

Unidades de Competencias:**Unidad de competencia I – La empresa y el entorno**

- Tipos de entornos
- Análisis del macroentorno
- Análisis interno de la empresa
- Análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa (DAFO)

Unidad de competencia II – Análisis del sector turístico

- Las cinco fuerzas de Porter
- Benchmarking

Unidad de competencia III – El conocimiento como fuente de ventaja competitiva

- Condiciones para alcanzar una ventaja competitiva
- Tipos de conocimientos y su ventaja competitiva

Unidad de competencia IV – La sociedad y su entorno

- Análisis del contexto social
- Teoría de la acción social Capital social
- Capital político
- Redes sociales

Unidad de competencia V – Análisis de las fortalezas y debilidades de la comunidad (DAFO)

- El activo humano

<ul style="list-style-type: none"> o Los recursos naturales o Infraestructuras o Servicios <p>Unidad de competencia VI – Base de datos e instrumentos para la captura de información comunitaria</p> <ul style="list-style-type: none"> o Métodos y técnicas o Recopilación de información <p>Unidad de competencia VII – Análisis de la información</p> <ul style="list-style-type: none"> o Clasificación de la información o Identificación de variables o Análisis de las variables

<p>Evaluación: criterios generales para la acreditación del curso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de caso = 60% • Examen = 20% • Participación = 20%
--

Perfil académico deseable del responsable de la asignatura:
 Poseer Licenciatura en Economía o Licenciaturas afines en áreas relacionadas al campo específico de la materia
 Preferentemente con grado académico de maestría o especialidad afín al campo de estudio de la materia
 Con experiencia y desarrollo profesional comprobada cuando menos de dos años en áreas afines al campo de la materia.
 Contar con experiencia docente de al menos dos años a nivel superior.

Bibliografía	Tipo (básica o complementaria)
Isunza, E. (2006). Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil: Participación ciudadana y control social. Editorial: Miguel Ángel Porrúa.	Básica
Porter, M. (2007). Ventaja Competitiva, 6ta. Edición, <i>Grupo editorial Patria</i> .	Básica
Villavicencio, D. (2009). Sistemas de innovación en México Regiones redes y sectores. Editorial: Plaza Valdes Editores.	Básica
Ramírez, C. (2006). Visión integral del turismo, <i>Ed. Trillas</i> .	Complementaria
Capece, G. (2008). Turismo, la esencia del negocio. Cengage Learning.	Complementaria
Contreras, T. (2012). Reseña del libro: Turismo creativo: el fin de la competitividad. Cuaderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro.	Complementaria

Desarrollo de las competencias

Resultados del aprendizaje	Actividades educativas	Volumen de trabajo del estudiante calculado en horas	Evaluación
SEMANA 1			
Ubicar la importancia de la empresa y su entorno: Tipos de entornos Análisis del macroentorno	Se construirá un proyecto global utilizando la metodología de estudios de caso, el cual se irá revisando en cada una de las semanas subsecuentes: Presente a la empresa que usted seleccionó para realizar su estudio de Construya un macroentorno inicial del país y del sector turístico, considerando variables seleccionadas.	8 horas	Presentación del estudio de caso en su forma inicial
SEMANA 2			
Ubicar la importancia de la empresa y su entorno Análisis interno de la empresa Análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa FODA	Realice un primer acercamiento a la organización interna de la empresa seleccionada. Analice las amenazas y debilidades externas a la empresa pero internas al sector en donde compete, que presenta la empresa seleccionada	8 horas	Estudio de caso: entrega 2
SEMANA 3			
Análisis del sector turístico: Las cinco fuerzas de Porter	Revise la metodología de Porter e incorpórela a su trabajo.	8 horas	Estudio de caso
SEMANA 4			
Análisis del sector turístico: Benchmarking	Considere el Benchmarking en su estudio de caso.	8 horas	Estudio de caso
SEMANA 5			
El conocimiento como fuente de ventaja competitiva Condiciones para alcanzar una ventaja competitiva	Explique y considere la importancia de la "sociedad del conocimiento" en el desempeño de su empresa seleccionada.	8 horas	Estudio de caso
SEMANA 6			
El conocimiento como fuente de ventaja competitiva: Tipos de conocimientos y su ventaja competitiva.	Se sugiere que analice la importancia de una empresa que aprende utilizando una concepción sistémica.	6 horas	Estudio de caso
SEMANA 7			
La sociedad y su entorno: Análisis del contexto social	Considere los elementos significativos de la sociedad en donde se desenvuelve la empresa y que	6 horas	Estudio de caso

Teoría de la acción social Capital social.	implicaciones tienen conceptos como el de capital social en su estudio de caso.		
SEMANA 8			
La sociedad y su entorno: Capital político Redes sociales	Presente los factores políticos que inciden o pueden incidir en el desarrollo futuro de la compañía seleccionada.		
SEMANA 9			
Análisis de las fortalezas y debilidades de la comunidad (DAFO) El activo humano Los recursos naturales	Aplicación de la metodología DAFO	8 horas	Estudio de caso
SEMANA 10			
Análisis de las fortalezas y debilidades de la comunidad (FODA) Infraestructuras Servicios	Investigue sobre las fortalezas y debilidades de su empresa	6 horas	Estudio de caso
SEMANA 11			
Base de datos e instrumentos para la captura de información comunitaria Métodos y técnicas	Organice su base de datos. Se recomienda uso del SPSS	6 horas	
SEMANA 12			
Base de datos e instrumentos para la captura de información comunitaria Recopilación de información	Seguimiento de construcción de base de datos	8 horas	Base de datos (electrónico)
SEMANA 13			
Análisis de la información: Clasificación de la información	Seguimiento de base de datos	8 horas	Base de datos
SEMANA 14			
Análisis de la información: Análisis de variables	Análisis de variables. Utilice las técnicas estadísticas y econométricas que considere necesarias. Trabaje con SPSS o en su caso EVIEWS.	8 horas	Base de datos
SEMANA 15			
Presentación final de los estudios de caso por equipo	Presentación de estudio de caso	4 horas	Presentación final
SEMANA 16			
Presentación final de los estudios de caso por equipos	Presentación de estudio de caso	4 horas	Presentación final

