



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

Asignatura: Formulación y evaluación de proyectos turísticos

Clave:
(ESCOLARES)

Antecedente: Investigación de Mercados Turísticos

Consecuente: Diseño y planeación de proyectos turísticos

Créditos: 8

Modalidad: Semipresencial

Horas Semana: 4

Horas curso: 64

Modalidad enseñanza-aprendizaje: Curso

Departamento de Servicio: Contabilidad

Eje de formación: Integrador

Competencias específicas a desarrollar:

COMPETENCIA 3: Administra recursos y evalúa proyectos turísticos a partir de una diagnóstico integral

COMPETENCIA 5: Gestiona organizaciones turísticas mediante el diseño de planes de negocio, la administración de sistemas de operación de los servicios turísticos y dirige organizaciones.

Introducción:

En la formulación y evaluación de proyectos turísticos es de vital importancia el conocimiento de los mercados a satisfacer para adecuar los activos tecnológicos y la estructura administrativa de la empresa que permita optimizar los recursos, y que todo ello sea plasmado en un estudio económico y financiero que permitan evaluar correctamente el proyecto seleccionado.

El presente curso está conformado por cuatro unidades. En la primera unidad se abordan las generalidades sobre proyectos de inversión, a partir de la generación de la idea de negocio y perfil del proyecto.

En la segunda unidad se enfatiza acerca del mercado de consumo, donde cada equipo realizará un análisis de la oferta y la demanda de su producto –servicio-.

La tercera unidad consiste en la realización de un estudio de mercado del proyecto.

Finalmente, se concluye el curso con la unidad cuatro que consiste en la elaboración de un estudio de factibilidad técnica del proyecto.

Propósito:

El presente curso, Formulación y evaluación de proyectos turísticos, forma parte de las asignaturas del eje integrador, se imparte en el séptimo semestre y es de carácter obligatorio. Tiene como propósito introducir al estudiante en el conocimiento y dominio de los métodos requeridos para la elaboración de proyectos de inversión turística. El estudiante será capaz de analizar e integrar diferentes alternativas de inversión, a través de examinar aspectos de mercado, técnicos y financieros, para evaluar la viabilidad de un proyecto turístico. Al finalizar el presente curso, el estudiante estará en posibilidades de realizar la etapa de factibilidad del mercado de consumo y la etapa de factibilidad técnica de un proyecto de inversión turística; en el siguiente curso, incorporará las factibilidades organizativa-jurídica y la factibilidad económica y financiera. Señalando que la materia que le antecede es Investigación de Mercados Turísticos y la materia consecuente es Formulación y evaluación de proyectos turísticos II.

Objetivo General:

Que el alumno sea capaz de formular y evaluar un proyecto de inversión real o productiva en el sector turístico, en las etapas de factibilidad de mercado de consumo y de factibilidad técnica.

Objetivos Específicos:

- El alumno será capaz de formular y desarrollar un proyecto de inversión, definiendo sus metas u objetivos y analizando los diferentes aspectos del mismo, en cuanto a los aspectos mercadológicos
- El alumno será capaz de analizar técnicamente el proyecto bajo el punto de vista de la localización, dimensión del proyecto, necesidades operativas y costos de operación.

Unidades de Competencias:**Unidad de Competencia I – Generación de la idea y perfil del proyecto turístico**

- 1.1 Generación de la idea
- 1.2 Evaluación y selección de la idea
- 1.3 Desarrollo y prueba del concepto
- 1.4 Perfil del proyecto

Unidad de Competencia II – Estudio del mercado de consumo

- 2.1 Introducción
- 2.2 Objetivos del estudio del mercado de consumo
- 2.3 Las etapas del estudio del mercado de consumo
- 2.4 Las partes del estudio de mercado de consumo
- 2.5 El producto o servicio en el mercado
- 2.6 El área de mercado o zona de influencia del proyecto
- 2.7 Análisis de la demanda
- 2.8 Análisis de la oferta
- 2.9 Balance oferta-demanda
- 2.10 Determinación de los precios del producto o servicio
- 2.11 Comercialización del producto o servicio

2.12 Conclusiones del estudio del mercado de consumo

Unidad de Competencia III – Investigación de mercados

3.1 Fases de la investigación de mercados

Unidad de Competencia IV – Estudio de factibilidad técnica

4.1 Análisis de la cadena de valor

4.2 Planeación estratégica

4.3 Tamaño o capacidad del proyecto

2.4 Programa de operaciones del servicio/ ventas

2.5 Localización general y específica del proyecto turístico

2.6 Ingeniería del proyecto turístico

Evaluación: criterios generales para la acreditación del curso:

Cada una de las cuatro unidades tiene sus propios criterios de evaluación, las cuales se encuentran en el programa del curso por temas. La calificación final será el promedio de las calificaciones de las cuatro unidades.

Perfil académico deseable del responsable de la asignatura:

Poseer Licenciatura en Ingeniería Industrial o Ingeniería civil 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)
1. Nacional Financiera. (2000) Guía para la formulación y evaluación de proyectos de inversión. México: Editorial Nacional Financiera.	Básica
2. Baca, G. (2003). Evaluación de proyectos. México: Editorial Mc Graw Hill.	Básica
3. Hernández, A. (2005). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. México: Editorial ECAFSA.	Básica
4. Inzunza, V. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. México: Editorial UNISON.	Básica
7. Duchessi, P. (2003). Cómo crear valor para el cliente el arte y la ciencia. México: Editorial Panorama.	Complementaria
8. Gómez, S. (2003). Desarrollo turístico y sustentabilidad. México: Universidad de Guadalajara.	Complementaria
9. Ramírez, C. (2006). Visión integral del turismo. México: Editorial Trillas.	Complementaria
10. Rocha, R. (2007). Metodología de la investigación aplicada al turismo. Casos prácticos. México: Editorial Trillas.	Complementaria

Programación del curso por temas

Duración: 3 semanas	UNIDAD 1: Generación de la idea y perfil del proyecto turístico		
Contenido:	Criterios de acreditación		
1.1 Generación de la idea	A1	Exámen rápido 1	10%
1.2 Evaluación y selección de la idea	A2	Exámen rápido 2	10%
1.3 Desarrollo y prueba del concepto	A3	Ensayo sobre los sectores de la economía en Sonora	30%
1.4 Perfil del proyecto	A4	Cinco ideas sobre proyectos de inversión,	10%
	A5	Perfil del proyecto de inversión	40%
		Total	100%

Duración: 5 semanas	UNIDAD 2: Estudio del mercado de consumo		
Contenido:	Criterios de acreditación		
2.1 Introducción	A1	Caso Restaurante de barbacoa (Estudio de prefactibilidad)	5%
2.2 Objetivos del estudio de mercado de consumo			
2.3 Las etapas del estudio de mercado	A2	Resumen estudio de mercado de consumo (capítulo 3)	25%
2.4 Las partes del estudio de mercado de consumo			
2.5 El producto en el mercado	A3	Mapa conceptual investigación de mercado	10%
2.6 El área de mercado o zona de influencia del proyecto			
2.7 Análisis de la demanda	A4	Problema determinación de tamaño de muestra	15%
2.8 Análisis de la oferta			
2.9 Balance oferta-demanda	A5	Estudio de mercado del proyecto	45%
2.10 Determinación de los precios del producto			
2.11 Comercialización del producto			
2.12 Conclusiones del estudio de mercado de consumo			
		Total	100%

Duración: 3 semanas	UNIDAD 3: Investigación de mercado		
Contenido:	Criterios de acreditación		
3.1 Fases de la investigación de mercados	A1	Elaboración de investigación de mercado del proyecto}	100%

Duración: 5 semanas	UNIDAD 4: Estudio de factibilidad técnica		
Contenido:	Criterios de acreditación		
4.1 Análisis de la cadena de valor	A1	Presentación en pp del capítulo 5 y 6 libro de texto	10%
4.2 Planeación estratégica	A2	Presentación en pp del capítulo 7 del libro de texto	10%
4.3 Tamaño o capacidad del proyecto	A3	Problema 4 del capítulo 7 libro de texto	10%
4.4 Programa de producción/ ventas	A4	Problemas 1 y 3 del capítulos 8 libro de texto	10%
4.5 Localización general y específica de la planta	A5	Estudio técnico del proyecto	60%
4.6 Ingeniería del proyecto			
		Total	100%