



Programa de la Asignatura

1. DATOS GENERALES

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	NIVEL DE FORMACIÓN	CLAVE DE LA ASIGNATURA	PRE-REQUISITOS	ÁREA DE FORMACIÓN	DEPARTAMENTO (S)
Dirección Corporativa de Negocios Turísticos	Licenciatura	CU073	50% de los créditos totales del plan de estudios	Especializante Selectiva	Departamento de Turismo, Recreación y Servicios
ACADEMIA	MODALIDAD	TIPO DE ASIGNATURA	CARGA HORARIA		
			TEORÍA	PRÁCTICA	TOTAL CRÉDITOS
Gestión Turística	Presencial	Curso - Taller	40	40	8

TRAYECTORIA DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura pertenece al bloque de Especializantes Selectivas para la Licenciatura en Turismo del CUCEA, con orientación en Empresas Turísticas. Cuando el alumno o alumna elija cursar esta Asignatura ya ha tenido la oportunidad de cursar «Administración». Además, como la asignatura se encuentra en el bloque de especializantes selectivas, también ha podido estudiar otras materias afines que le proporcionan un conjunto de conocimientos de interés para conocer mejor la dirección de empresas.

PRESENTACIÓN

En años recientes, se observa un gran interés en las empresas turísticas por la formación profesional de recursos humanos talentosos en la dirección de organizaciones, y de cómo desarrollar en ellos la capacidad de gestión, la creación de habilidades clave y las *core competence*,¹ la utilización de alianzas estratégicas como instrumento de obtención de nuevas áreas de experiencias y, en general, sobre una gran cantidad de temas tradicionales ahora ligados directamente al conocimiento sobre recursos humanos, valoración de empresas, proceso de internacionalización y diseño de estructuras organizativas, entre otros.

Por eso, hoy en día, los directivos quieren saber más que sus competidores. En especial, les resulta útil saber cómo pueden sus organizaciones aprender de forma efectiva, así como las áreas donde deben centrar sus esfuerzos, además de cómo pueden utilizar ese conocimiento acumulado a través de la experiencia. El conocimiento como ventaja competitiva, constituye el capital fundamental de las empresas para competir en el terreno de los recursos humanos con ciertas habilidades claves difíciles de imitar, es decir, que los negocios no obtienen sus mejores resultados con un posicionamiento elevado en el mercado, sino con mayor conocimiento adquirido y acumulado por medio de la experiencia de sus empleados. En suma, se podría decir, que las empresas que alcanzan mejores resultados, es porque existe en ellas algo que les permite hacer mejor las cosas que sus competidores y que son capaces de beneficiarse que ese conocimiento les aporta.

Pensar en términos de conocimientos y habilidades, es por tanto, esencial para saber cómo compiten las empresas del sector turístico y sus estrategias en el futuro. Por esto, para que dicho conocimiento sea una verdadera ventaja competitiva, es importante plantearse dos cuestiones esenciales: ¿qué tipo de conocimientos son más útiles? Y ¿cómo pueden adquirirse?

¹ Se refiere al conocimiento de o habilidad única y diferencial que posee una persona o empresa y que le otorga una ventaja sólida frente a los competidores.. en concreto la palabra "core", significa que el individuo o empresa tiene una mayor base diferencial para realizar una actividad específica que muy pocos pueden hacer.

Para responder a dichos cuestionamientos, es relevante exponer que el personal directivo que labora en las empresas turísticas, a decir de expertos en la dirección de empresas, esta debe ser enseñada a manera de oficio, rico en lecciones derivadas de la experiencia y orientadas hacia la toma y respuesta de la acción. Los directivos hacen el trabajo atienden los asuntos más complicados: los problemas intrincados, las conexiones difíciles. Esto provoca que la práctica de la dirección sea fundamentalmente blanda, razón por la cual se le aplican habitualmente etiquetas como experiencia, intuición, juicio y sabiduría.

Con base a lo anterior, se propuso incluir en el plan de estudios de la Licenciatura en Turismo de la Universidad de Guadalajara, esta asignatura, por medio de la cual, se pretende dotar de los conocimientos y habilidades que requiere un profesional de los negocios turísticos para desempeñarse con éxito en el ámbito laboral de los servicios.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Elaborar alternativas de solución a problemas asociados a la dirección de negocios turísticos.

CONTENIDOS

Contenido

Temático

UNIDAD 1 MARCO CONCEPTUAL DE LA DIRECCIÓN EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

UNIDAD 2 EL PENSAMIENTO CRÍTICO EN EL DIRECTOR DE NEGOCIOS TURÍSTICOS

UNIDAD 3 LA COMUNICACIÓN EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

UNIDAD 4 EL LIDERAZGO EN LAS CORPORACIONES TURÍSTICAS

UNIDAD 5 LA TOMA DE DECISIONES EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

UNIDAD 6 EL TRABAJO EN EQUIPO EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

UNIDAD 7 LA NEGOCIACIÓN EN LAS CORPORACIONES TURÍSTICAS

UNIDAD 8 ÉTICA Y VALORES EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

Contenido

Desarrollado

UNIDAD 1 MARCO CONCEPTUAL DE LA DIRECCIÓN EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

Objetivo: Analizar los factores relacionados con la dirección en corporaciones turísticas

- 1.1. ¿Qué es una organización?
- 1.2. Concepto de dirección y directivo
- 1.3. La corporación turística como realidad humana
- 1.4. Teorías o modelos para explicar las corporaciones turísticas
- 1.5. Estrategias de crecimiento en los corporativos turísticos
- 1.6. ¿Qué es una corporación turística?
- 1.7. Tipos de corporativos turísticos y modalidades según el grado de control
- 1.8. Cultura corporativa en los negocios turísticos
- 1.9. La dirección corporativa en negocios turísticos
- 1.10. Las habilidades directivas de un director

UNIDAD 2 EL PENSAMIENTO CRÍTICO EN EL DIRECTOR DE NEGOCIOS TURÍSTICOS

Objetivo: Reconocer la importancia del pensamiento crítico para el desempeño eficaz del director corporativo de negocios turísticos.

- 2.1. ¿Qué es el pensamiento crítico?
- 2.2. Desarrollo del pensamiento crítico
- 2.3. Dimensiones del pensamiento crítico
- 2.4. El pensamiento crítico y su relación con otros comportamientos de los humanos.
- 2.5. La lectura crítica
- 2.6. La relatoría crítica y el pensamiento
- 2.7. La creatividad en el pensamiento crítico

UNIDAD 3 LA COMUNICACIÓN EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

Objetivo: Valorar la importancia de la comunicación en los corporativos turísticos

- 3.1. Funciones de la comunicación en las corporaciones turísticas
- 3.2. La comunicación formal e informal en los corporativos turísticos
- 3.3. La comunicación interna como herramienta de las corporaciones turísticas
- 3.4. Modelo de los 7 pasos de la comunicación en las corporaciones turísticas
- 3.5. Plan de comunicación de los corporativos turísticos
- 3.6. El Gabinete de comunicación en los corporativos turísticos

UNIDAD 4 EL LIDERAZGO EN LAS CORPORACIONES TURÍSTICAS

Objetivo: Determinar estilos de liderazgo efectivo para la dirección corporativa de negocios turísticos.

- 4.1. Liderazgo y dirección en corporaciones turísticas
- 4.2. Estilos de liderazgo en los corporativos turísticos
- 4.3. Funciones y características del líder en las corporaciones turísticas
- 4.4. Actitudes y Aptitudes del líder en los corporativos turísticos
- 4.5. El humanismo en el liderazgo de los corporativos turísticos
- 4.6. El liderazgo en adopción de la TI para corporaciones turísticas
- 4.7. El liderazgo: un poder relativo en los corporativos turísticos

UNIDAD 5 LA TOMA DE DECISIONES EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

Objetivo: Analizar la importancia de la toma de decisiones en los resultados deseados en las corporaciones turísticas.

- 5.1. La teoría de la decisión en la toma de decisiones en los corporativos turísticos
- 5.2. El método científico en la toma de decisiones en las corporaciones turísticas
- 5.3. La toma de decisiones y la gestión del conocimiento en los corporativos turísticos
- 5.4. Etapas del proceso para la toma de decisiones en las corporaciones turísticas
- 5.5. Errores comunes en la toma de decisiones en los corporativos turísticos
- 5.6. Análisis racional para la toma de decisiones en las corporaciones turísticas
- 5.7. Cualidades y aptitudes para el directivo en la toma de decisiones en los corporativos turísticos

UNIDAD 6 EL TRABAJO EN EQUIPO EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

Objetivo: Asociar la importancia del trabajo en equipo con la competitividad de las corporaciones turísticas.

- 6.1. Concepto de equipo
- 6.2. Del trabajo individual al trabajo en equipo en los corporativos turísticos
- 6.3. El trabajo en equipo como objetivo en las corporaciones turísticas
- 6.4. Responsabilidad compartida entre la dirección y su personal en los negocios turísticos
- 6.5. Conflictos en los equipos de trabajo de las corporaciones turísticas
- 6.6. Características de los equipos efectivos en los corporativos turísticos

UNIDAD 7 LA NEGOCIACIÓN EN LAS CORPORACIONES TURÍSTICAS

Objetivo: Estimar las preeminencias de la negociación en las corporaciones turísticas.

- 7.1. Marco teórico de la negociación
- 7.2. La persuasión
- 7.3. Tipos de negociación
- 7.4. Las 12 leyes de la negociación
- 7.5. Variables en el proceso de la negociación
- 7.6. Etapas y proceso de la negociación en las corporaciones turísticas

UNIDAD 8 ÉTICA Y VALORES EN LOS CORPORATIVOS TURÍSTICOS

Objetivo: Apreciar a la ética profesional y empresarial como herramienta para la competitividad en los corporativos turísticos.

- 8.1. Conceptualización de ética
- 8.1.1. Código Ético Mundial para el Turismo (OMT) *Artículo 1* Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades. Fracciones 1,2 y 3.

- 8.2. La responsabilidad social de las corporaciones turísticas
 8.3. El código de ética en los corporativos turísticos
 8.3.1. Código Ético Mundial para el Turismo (OMT) *Artículo 9* Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico Fracciones 1,2,3,4,5 y 6.
 8.4. La ética profesional en las corporaciones turísticas
 8.5 Liderazgo ético en los corporativos turísticos

ACTIVIDADES PRACTICAS

La práctica de aproximación consiste en diseñar alternativas de solución a problemas relacionados con los negocios turísticos aplicando los temas del programa de la materia.

METODOLOGÍA

El diseño de este programa se realiza con base al modelo educativo por competencias, donde el aprendizaje se centra en el alumno en quien se fomenta:

- la cooperación e instrucción colectiva
- la relación teórico – práctica
- la comunicación efectiva entre alumno – docente
- la individualización del aprendizaje por medio del reconocimiento de las diferencias entre alumnos y sus formas para aprender.
- la motivación y el desarrollo de habilidades de aprendizaje

EVALUACIÓN

Práctica de Aproximación	60 %
Informes de lecturas y participación	30%
Participación	10%
Total	100%

BIBLIOGRAFÍA

Libro: Ética II: nueva serie basada en competencias y valores (2da. Edición).
 Gómez Gallardo, Perla. (2022) IURE Editores

ISBN: 9786076162064

Libro: El Libro de la negociación (6ta. Edición)
 Puchol, Isabel. Puchol, Luis. (2024). Editorial: Ediciones Díaz de Santos

ISBN: 9788490525333

Libro: Negociar: cómo satisfacer a ambas partes
 ACOSTA Vera, José M. (2017). Editorial: ESIC.

ISBN: 9788417129149

Libro: Trabajo en Equipo
 ARDER – Egg, Ezequiel (2014) Editorial: San Pablo. No. Ed 1er Argentina

ISBN: 9789870903444

Libro: Toma de Decisiones
 ASTRAGA González, Yaquelin (2013) Editorial: Esfinge No. Ed 1er México

ISBN: 9786071002426

Libro: La Gestión de la Comunicación en el Tercer Sector
BALAS Lara, Montserrat (2011) Editorial: ESIC No. Ed 1er Madrid

ISBN: 9788473568074

Libro: Responsabilidad social corporativa: De la noción a la gestión.
BARRIO Fraile, Estrella (2019). Editorial: Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

ISBN: 9788491804093

Libro: El secreto: Lo que hacen y saben los grandes líderes.
BLANCHARD, Ken. (2018). Editorial: Harper Collins

ISBN: 9786078589210

Libro: Introducción al Marketing y la Comunicación en la Empresa
BLANCO González, Alicia (2014) Editorial: ESIC No. Ed 1er Madrid

ISBN: 9788473567046

Libro: Dircom, Comunicar para Trasformar: Conversaciones con los Directores de Comunicación de las Mejores
Marcas Españolas
BUIL Gazal, Pilar (2015) Editorial: Pirámide No. Ed Madrid

ISBN: 9788436833218

Libro: Dirección Estratégica de Organizaciones Turísticas
CASANUEVA Rocha, Cristóbal (2012) Editorial: Pirámide No. Ed Madrid

ISBN: 9788436826180

Libro: Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva: La Revolución Ética en la Vida Cotidiana y en la Empresa
COVEY, Stephen (2015) Editorial: Paidós No. Ed 1er España

ISBN: 9788449331152

Libro: Estrategias de negociación y competitividad en América Latina.
DEAZA Chaves, Javier. (2017). Editorial: Universidad Santo Tomás.

ISBN: 9789587820195

Libro: Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa.
ESTANYOL, Elisenda. (2019). Editorial: Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

ISBN: 9788491161325

Libro: Trabajo en equipo.
GARCÍA Sanchidrian, Jesús. (2019). Editorial: Fundación Confemetal.

ISBN: 9788417701130

Libro: Ética y Empresa: Valores y Responsabilidad Social en la Gestión
GILLI, Juan José (2011) Editorial: Ediciones Garnica No. Ed Argentina

ISBN: 9789506415945

Libro: Ética en los negocios: casos y toma de decisiones
FERREL, O. C. (2017) Editorial: Cengage Learning Editores

ISBN: 9786075262772

Libro: Decisiones gerenciales estratégicas: una aplicación a la teoría de juegos.
GONZÁLEZ F, Maximiliano. (2017) Editorial: Colegio de Estudios Superiores de Administración
ISBN: 9789588988146

Libro: El juego se gana en los vestidores: 7 cualidades para crear un equipo triunfador en los negocios.
GORDON, Jon. (2017). Editorial: Taller del éxito.

ISBN: 9781607384403

Libro: The senior international officer as change agent.
HEYL, Jhon D. & Hunter, Fiona J. H. (2019). Editorial: USA Stylus Publishing

ISBN: 9781620369593

Libro: Ética y justicia. Reflexiones y planteamientos intemporales
JIMÉNEZ Gómez, Juan R., Rabell García, Enique, Nieto Castillo, Gabriela. (2014) Editorial Porrúa

ISBN: 9786074019629

Libro: Fundamentos de Negociación
LEWICKI, Roy (2012) Editorial: Mc Graw-Hill No. Ed 2da México

ISBN: 9786071507532

Libro: Ética y Valores II: Enfoque de Competencias
LOPEZ Calva, Martin (2011) Editorial: Trillas No. Ed 1er México

ISBN: 9786071708793

Libro: Introducción a la negociación: conceptos básicos.
LÓPEZ Hernández, Carlos Eduardo (2018)- Editorial: ESIC.

ISBN: 9788417129149

Libro: Habilidades directivas.
MADRIGAL Torres, Bertha E. (2017). Editorial: Mc Graw Hill.

ISBN: 9781456257484

Libro: Diplomacia corporativa: La nueva inteligencia directiva.
MANFREDI Sánchez, Juan L. (2019). Editorial: UNiversitat Oberta de Catalunya (UOC).

ISBN: 9788491801085

Libro: Hombres de fortuna: Doce relatos sobre hacedores de empresas.
MÁRMOL, Carlos; y Rondón, José M. (2019). Editorial: Pirámide.

ISBN: 9788436841626

Libro: Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turísticos
MARTIN Rojo, Inmaculada (2014) Editorial: Pirámide No. Ed 5ta España

ISBN: 9788436831900

Libro: La regla de oro del líder: Ética es la única regla para triunfar en los negocios y en la vida.
MAXWELL, Jhon, C. (2018). Editorial: Taller del éxito.

ISBN: 9781607384793

Libro: Ética de la empresa: (de la ética, de la empresa y de la vida).
MORENO Pérez, Carlos. (2017). Editorial: Herder

ISBN: 9788425439599

LIBRO: Contra la creatividad: Capitalismo y domesticación del talento.
MOULD, Oli. (2019). Editorial: ALFABETO.

ISBN: 9788494994241

Libro: Leadership: Theory & Practice.

Northouse, Peter. (2018). Editorial: SAGE Publications.

ISBN: 9781506362311

Libro: Comunicación Empresarial: Plan Estratégico como Herramienta Gerencial
OCAMPO Villegas, María Cristina (2011) Editorial: Ecoe No. Ed 2da Bogotá

ISBN: 9789586487351

Libro: El magnetismo del negociador: inteligencia negociadora con PNL para llegar a acuerdos exitosos.
PALACIOS Plaza, Jorge (2016). Editorial: Díaz de Santos.

ISBN: 9788490520468

Libro: Gestión profesional y emocional de equipos: Cómo conseguir un equipo de alto rendimiento y motivado.
POSTIGO Fuentes, Idoia. (2018). Editorial: ESIC

ISBN: 9788417129811

Libro: Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial.
RAUFFLET, Emmanuel. (2017). Editorial: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

ISBN: 9786073241618

Libro: Habla como un líder.
REYES, Julián. (2019). Editorial: ALIENTA.

ISBN: 9788417568429

Libro: Los lideres comen al final: Porqué algunos equipos funcionan bien y otros no.
SINEK, Simón. (2017). Editorial: Ediciones Urano, S. A. U.

ISBN: 9788492921799

Libro: Creatividad y resolución de problemas.
TRACY, Brian. (2019). Editorial: HARPERCOLLINS.

ISBN: 9780718033637

Libro: Negociación: La biblioteca del éxito.
TRACY, Brian. (2019). Editorial: HARPERCOLLINS.

ISBN: 9780718033576

Libro: Guía del buen gobierno corporativo.
TURULLOLS, Elisa. (2019). Editorial: ALMUZARA.

ISBN: 9788417797492

Libro: Manual de negociación y resolución de conflictos: define objetivos, resuelve incidencias y obtén resultados.
VILLA, Juan Pablo (2016). Editorial: PROFIT.

ISBN: 9788416583294

Libro: El buen gobierno corporativo: Bases conceptuales y aplicaciones prácticas.
VV, AA. (2018). Editorial: BRESKA (Profit Editorial).

ISBN: 9788417209186

Libro: Liderazgo: Inteligencia emocional.
VV, AA. (2019). Editorial: REVERTE.

ISBN: 9788494949333

Libro: Negociación: Arte Empresarial
ZAPATA, Andrés (2011) Editorial: Starbook No. Ed Bogotá

ISBN: 9788492650675

PERFIL DEL PROFESOR

Dominio de la materia.- experiencia profesional.- capacidad docente (saber impartir la materia dentro de un ambiente de confianza y cordialidad, que permita al alumno alcanzar un desarrollo profesional y personal idóneo).

NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE IMPARTEN LA ASIGNATURA

Quintero Villa José Manuel
Código: 9319948

Lara Magaña Paola del Carmen
Código: 2000881

LUGAR Y FECHA DE SU APROBACIÓN

Este programa se aprobó en la ciudad de Zapopan, Jalisco. El día 08 de julio de 2016. Docentes participantes: Mtro. José Manuel Quintero Villa. Dra. María de los Ángeles Aceves Martínez.

Se realizó la actualización el 27 de enero de 2025 por los docentes: Mtro. José Manuel Quintero Villa. Mtra. Paola del Carmen Lara Magaña.

INSTANCIAS QUE APROBARON EL PROGRAMA

Academia de Gestión Turística y Colegio Departamental del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio

ARCHIVO (DOCUMENTO FIRMADO)


Mtro. Carlos Eduardo Flores Cárdenas
Jefe del Departamento de Turismo, Recreación y Servicios

**Departamento de Turismo
Recreación y Servicio**


Mtro. José Manuel Quintero Villa
Presidente de la Academia de Gestión Turística