

**UNIVERSIDAD NUEVA ESPARTA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS**

**DISEÑO CURRICULAR
PROYECTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA III
(MICROEMPRESAS TURÍSTICAS)**

CÓDIGO DE LA ESCUELA: 30-17250		PENSUM: Abril 1997
ASIGNATURA: Proyecto de Promoción Turística III		CÓDIGO DE ASIGNATURA: 30-0813
SEMESTRE: 10	UNIDADES CREDITOS: 3	TOTAL HORAS / SEMESTRE: 64

PRELACIÓN	ELABORACIÓN	REVISADO POR
U.C. 7mo Sem	Prof. Koldobika Ruiz de Aguirre	Prof. Olga Arreaza B.
-	Fecha: Enero 2004	Fecha: Enero 2004

OBJETIVO GENERAL

Al término del curso, los participantes tendrán los conocimientos básicos para formular y desarrollar una microempresa turística.

UNIDAD I: FUNDAMENTOS TEORICOS

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Los participantes serán capaces de identificar las causas de la situación actual de la economía venezolana y sus repercusiones sobre las inversiones turísticas que implican el surgimiento de nuevas alternativas de participación de la sociedad y de los emprendedores privados.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Determinar la evolución y los cambios de los modelos de desarrollo del estado y implicaciones sobre la sociedad y la economía.

1.2.2. Identificar las características del mercado de trabajo actual y el empleo turístico.

1.2.3. Identificar los factores que determinaron la aparición de las microempresas.

1.2.4. Establecer los conceptos básicos de una microempresa.

2. Contenidos:

Condiciones del mercado turístico y su influencia sobre la escritura y operación de las empresas. Origen y definición de las micro y pequeñas empresas turísticas. Clasificación y organización, las organizaciones no gubernamentales. Modalidades de negocios: Las cooperativas y las franquicias. Trabajar dentro o fuera de casa. El sector informal como fuente de empleo. Desempeño de las empresas en un entorno Adverso.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Exposición del facilitador.

3.2. Discusión dirigida por el docente.

3.3. Estudio de documentos técnicos.

UNIDAD II: PLANIFICACIÓN DE MICROEMPRESAS

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de esta unidad, los participantes estarán en condiciones de: conocer cuales son sus capacidades de llevar a cabo una microempresa en el marco de la sostenibilidad turística, así como determinar los medios más adecuados de financiamiento y de asistencia técnica nacional e internacional para el desarrollo del negocio, a los fines de ingresar y competir eficazmente en el mercado.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Determinar cual es el proceso para el conocimiento de una microempresario.

1.2.2. Identificar la naturaleza y fuentes de financiamiento y asistencia técnica.

1.2.3. Analizar los productos turísticos y el mercado como ejes fundamentales para una buena planificación empresarial.

1.2.4. Identificar los mecanismos de participación de la comunidad local.

2. Contenidos:

Entidades públicas y privadas de apoyo a las micro y pequeñas empresas. Leyes y Normativas legales vigentes. Certificación de sostenibilidad turística. Recaudos necesarios para que un microempresario pueda obtener un préstamo bancario. Ventajas y desventajas de la competencia. Obstáculos e instrumentos de concienciación y participación de la comunidad local.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Exposición del facilitador.

3.2. Discusión dirigida por el docente.

3.3. Exposición casos particulares.

UNIDAD III: PRACTICA EN LA FORMULACION DE MICROEMPRESAS.

1. Objetivo de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la Unidad, los participantes serán capaces de: formular los proyectos de microempresa, basado en los criterios y conceptos de sostenibilidad turística y participación de la comunidad.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Seleccionar el tipo de proyecto a realizar, dentro de criterios, categorías y prioridades del Sistema Turístico Nacional.

1.2.2. Estructurar el análisis de las variables del proyecto, en función de la metodología preestablecida como resultado de la unidad I y II.

1.2.3. Realizar investigación documental y de campo para la preparación de la propuesta.

1.2.4. Presentar el proyecto final.

2. Contenidos:
Esta unidad tiene un carácter práctico, con evaluaciones del docente sobre el avance de proyectos presentados por cada grupo de alumnos.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Exposición del facilitador
 - 3.2. Elaboración de trabajos cortos para la participación previa de los participantes en cada aspecto del programa.
 - 3.3. Talleres para la discusión de los conceptos investigados.
 - 3.4. Realización de las lecturas dirigidas sobre textos relacionados con el tema.
 - 3.5. En la unidad III el docente orientará sobre la selección del tema a desarrollar y realizará correcciones de los avances del mismo.
4. Evaluación:
El profesor de la asignatura determinará El Plan de Cronograma las fechas y el tipo de evaluación a realizar. Adoptará en la Pruebas Parciales las normas establecidas en el Reglamento de Evaluación de la Universidad Nueva Esparta.

BIBLIOGRAFÍA:

- SCHUMAVHER, E.F. Lo pequeño es Hermoso. Blume. Madrid. 1979.
- CONCHA, Mario. H. Microempresas y Microempresarios. Vadell. Caracas. 2001.
- GELINIER., Octave. Estrategia Social de la Empresa. Asociación para el Progreso de la Dirección. Madrid. 1991.
- FIGUEROLA, Manuel. Elementos para el estudio de la Economía de la Empresa Turística. Síntesis. Madrid. 1.991
- LOPEZ DE CABALLOS, Paloma. Un Método para Investigación- Acción Participativa. Edición popular. Madrid. 1998
- REVISTA DEBATES IESA. Volumen V N° 1. Empresas Pequeñas, Grandes Negocios. IESA. Caracas. 1999.

JMA/KR/kr.-
1989/1997/200