



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Gestión en Turismo y Hotelería

SÍLABO POR COMPETENCIAS

I) DATOS GENERALES:

1.1 ASIGNATURA	: Gestión de productos turísticos
1.2 CÓDIGO DE LA ASIGNATURA	: 44351
1.3. REQUISITO	: 44253
1.4 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL	: Gestión en Turismo y Hotelería
1.5 DEPART. ACADÉMICO	: Administración y Gestión
1.6 CRÉDITOS	: 03 Créditos
1.7 N° DE HORAS	: 04 Horas
HORAS TEORÍA	: 02 Horas
HORAS PRÁCTICA	: 02 Horas
1.8 PLAN DE ESTUDIOS	: Plan N°01 por competencias.
1.9 AÑO Y SEM. ACADÉMICO	: 2018-I
1.10 CICLO	: VI A
1.10 PROFESOR DEL CURSO	: Lic. Lucía Panta Sifuentes
1.11 COLEGIATURA	: CLT N° 018
1.12 E-mail	:Lpantasifuentes@gmail.com

II) DESCRIPCIÓN Y SUMILLA DEL CURSO

El curso tiene como finalidad desarrollar en el estudiante la capacidad de crear productos turísticos aprovechando las ventajas comparativas para modernizarse sincréticamente, reconociendo los valores de su entorno geográfico, social, económico y cultural. Contiene el estudio del desarrollo científico y tecnológico, los procesos de cambios, la modernización. Estudio de la complejidad de los turistas actuales. Planeación y evolución de productos que brindan posibilidad de desarrollo personal y grupal. La calidad total y la inteligencia en el proceso productivo del turismo. Valores y objetivos de la comunidad local. La interculturalidad, la globalización y el turismo.

La asignatura está organizada en las siguientes unidades didácticas:

UNIDAD I: MANUAL DE INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS.
UNIDAD II: DESARROLLO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.
UNIDAD III: DIFUSIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO
UNIDAD IV: PAQUETES TURÍSTICOS

III) COMPETENCIA GENERAL DEL CURSO

El estudiante al concluir el desarrollo de las unidades temáticas, adquirirá las siguientes competencias:

- a. Identificar un nuevo producto turístico.
- b. Profundizar en los atributos del producto como elementos diferenciadores del mismo.
- c. Comprender la importancia de la orientación estratégica de la empresa en el éxito de innovar.

IV) CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos, y para ello es necesario identificar y aprovechar plenamente el potencial de los recursos turísticos, por lo que se hace necesario Conocer la importancia del inventario de recursos turísticos y Desarrollar críticamente las dos fases que componen el inventario: Categorización y Jerarquización.	Manual de Inventario de Recursos Turísticos.	1 - 4
UNIDAD II	Las nuevas tendencias del turismo mundial obligan a los países a diversificar la oferta turística a través de innovadores productos turísticos. Esta labor permite Conocer la potencialidad turística, las necesidades y deseos de los turistas para Identificar los niveles del producto turístico, y Desarrollar y Gestionar nuevos productos turísticos con sus respectivas marcas.	Desarrollo de Producto Turístico	5 - 8
UNIDAD III	El desarrollo y gestión de un producto turístico es un trabajo colaborativo y permanente, cuyo proceso no estaría completo si este no se da a conocer en el mercado turístico, por consiguiente el alumno debe Conocer la estrategia de promoción y sus instrumentos, cuyo resultado se plasmará en un plan de promoción que el alumno debe Desarrollar de forma crítica y realista e Implementar las estrategias en el lugar donde se desarrolló el producto turístico.	Difusión del producto turístico	9 - 12
UNIDAD IV	La comercialización del producto turístico se da a través del Diseño y Elaboración de paquetes turísticos innovadores, el mismo que consolida elementos como:	Paquetes turísticos	13 - 16

	atractivos turísticos, servicios, infraestructura y conectividad, y que se comercializará en el mercado turístico a un precio único.		
--	--	--	--

v) **INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.**

SEMANA	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Conoce la importancia del inventario nacional de recursos turísticos
2	Desarrolla la fase I del inventario de recursos turísticos: categorización.
3	Desarrolla la fase II del inventario de recursos turísticos: jerarquización.
4	Elabora el inventario de un recurso turístico de la localidad.
5	Conoce las necesidades y deseos de los turistas
6	Desarrolla los niveles del producto turístico
7	Conoce la creación y gestión de la marca territorio.
8	Desarrolla y Gestiona un nuevo producto turístico
9	Conoce la estrategia de promoción turística
10	Identifica las estrategias de comunicación turística apropiada para el producto desarrollado.
11	Desarrolla el plan de promoción turística para el nuevo producto turístico.
12	Implementa el plan de promoción turística en nuevo producto turístico.
13	Diseña propuestas para paquetes turísticos innovadores
14	Elabora los paquetes turísticos innovadores.
15	Organiza un workshop para la comercialización de los paquetes turísticos innovadores creados.
16	Expone los resultados de la proceso de comercialización del paquete turístico.

VI) DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.

Unidad Didáctica I: MANUAL DE INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos, y para ello es necesario identificar y aprovechar plenamente el potencial de los recursos turísticos, por lo que se hace necesario Conocer la importancia del inventario de recursos turísticos y Desarrollar críticamente las dos fases que componen el inventario: Categorización y Jerarquización.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	1	1. Concepto y características del producto turístico.	Estudiar la bibliografía seleccionada sobre Inventario Nacional de Recursos Turísticos. Comparar casos sobre recursos turísticos inventariados. Debatir las diferencias entre recurso turístico, inventario turístico y producto turístico. Identificar diferencias conceptuales.	Debatir críticamente la diferencias entre recurso turístico, atractivo turístico y producto turístico. Participar activamente en cada caso presentado en el estudiante participar activamente en el desarrollo del inventario de recursos turísticos.	Exposición académica de casuísticas nacionales Lectura de textos Análisis de casos	Conoce la importancia del inventario nacional de recursos turísticos.
	2	2. Componentes del producto turístico				Desarrolla la fase I del inventario de recursos turísticos: categorización.
	3	3. Inventario de Recursos Turísticos				Desarrolla la fase II del inventario de recursos turísticos: jerarquización.
	4	4. Fases del inventario de recursos turísticos - fase I y fase II.				Elabora el inventario de un recurso turístico de la localidad.
	5. Comparación entre destino, producto turístico, recurso y atractivo turístico.					
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
Evaluación escrita y oral de la unidad			Entrega de casos investigados basados en la realidad nacional de manera individual. Fija tema de estudios para su desarrollo		Conoce analiza y debate la importancia del inventario de recursos turísticos.	

Unidad Didáctica II: DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Las nuevas tendencias del turismo mundial obligan a los países a diversificar la oferta turística a través de innovadores productos turísticos. Esta labor permite Conocer la potencialidad turística, las necesidades y deseos de los turistas para Identificar los niveles del producto turístico, y Desarrollar y Gestionar nuevos productos turísticos con sus respectivas marcas.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	5	1. El producto turístico y sus componentes	Estudiar la bibliografía seleccionada sobre producto turístico y marketing.	Analizar críticamente los niveles y ciclo del producto turístico.	Exposición académica de casuísticas nacionales	Conoce las necesidades y deseos de los turistas.
	6	2. Las necesidades y deseos de los turistas.	Comparar casos sobre productos turísticos nacionales e internacionales.	Participar activamente en cada caso presentado	Lectura de textos sobre marketing.	Desarrolla los niveles del producto turístico
	7	3. Los niveles del producto turístico.	Exponer los productos turísticos desarrollados.	Generar espacios para participar activamente en el desarrollo de productos turísticos	Análisis de casos de productos turísticos nacionales e internacionales.	Conoce la creación y gestión de la marca territorio.
	8	4. El ciclo de vida del producto turístico.	Desarrollar críticamente marca para los destinos turísticos.			Desarrolla y Gestiona un nuevo producto turístico
		5. Características del producto turístico peruano.				
	6. Uso de la marca en destinos turísticos.					
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
Evaluación escrita y oral de la unidad			Busca información del distrito para proponer el desarrollo de un nuevo producto turístico. Visita in situ de la localidad para constatar la realidad del distrito y proponer estrategias realistas.		Presenta la propuesta de un nuevo producto turístico.	

Unidad Didáctica III: DIFUSIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: El desarrollo y gestión de un producto turístico es un trabajo colaborativo y permanente, cuyo proceso no estaría completo si este no se da a conocer en el mercado turístico, por consiguiente el alumno debe Conocer la estrategia de promoción y sus instrumentos, cuyo resultado se plasmará en un plan de promoción que el alumno debe Desarrollar de forma crítica y realista e Implementar las estrategias en el lugar donde se desarrolló el producto turístico.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	9	1. El Producto turístico y la promoción en el mercado nacional e internacional.	Analizar los medios adecuados para la promoción del producto turístico.	Participar críticamente sobre los medios adecuados para la promoción del producto turístico.	Revisión de material de promoción turística.	Conoce la estrategia de promoción turística
	10	2. Estrategias de promoción turística del producto.	Reunir información sobre material promocional.			
	11	3. Diseño y tipos de materiales para la promoción de los productos turísticos.	Analizar los diferentes materiales de promoción organizados por PromPerú y Agencias de viajes.	Debatir los distintos medios utilizados para la promoción turística.	Analizar los medios utilizados para la difusión del producto turístico.	Identifica las estrategias de comunicación turística apropiada para el producto desarrollado.
	12					
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
Prueba escrita y oral de la unidad didáctica.			Entrega del plan de promoción turística		Fundamenta la propuesta de plan de promoción turística.	

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: La comercialización del producto turístico se da a través del Diseño y Elaboración de paquetes turísticos innovadores, el mismo que consolida elementos como: atractivos turísticos, servicios, infraestructura y conectividad, y que se comercializará en el mercado turístico a un precio único.					
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
13	1. Las agencias de viajes y su rol en la comercialización de los paquetes turísticos. 2. Elaboración de paquetes turísticos. 3. Organización de un workshop para la presentación del paquete turístico.	Identificar los procesos adecuados para la elaboración del paquete turístico. Diseñar creativamente un innovador paquete turístico.	Usar adecuadamente las fases de la elaboración del paquete turístico. Organizar el workshop para la presentación del paquete turístico. Exponer en público los paquetes turísticos.	Exposición oral y documentada de temas de la unidad. Presentación de los trabajos de investigación. Uso de herramientas y técnicas del esquema de planificación.	Diseña propuestas para paquetes turísticos innovadores Elabora los paquetes turísticos innovadores. Organiza un workshop para la comercialización de los paquetes turísticos innovadores creados. Expone los resultados de la proceso de comercialización del paquete turístico.
14					
15					
16					
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
Evaluación escrita y oral de la unidad didáctica.			Entrega del trabajo de investigación según el esquema brindado.		Aprende y comprende a través de los trabajos de investigación y de la experiencia en campo.

Unidad Didáctica IV: PAQUETES TURÍSTICOS

MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS.

- ✓ Separatas
- ✓ Libros
- ✓ Plataformas informáticas
- ✓ Proyector multimedia.
- ✓ Materiales audiovisuales.
- ✓ Informes periodísticos.
- ✓ Pizarra, plumones.

VII) EVALUACIÓN

La evaluación se realizará por Unidad Didáctica. Consiste en verificar y calificar al estudiante las evidencias de conocimiento, producto y desempeño.

UNIDADES	EVIDENCIAS	PORCENTAJE	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS
I, II, III, IV	De conocimiento	30	0.30	Cuestionario
	De producto	30	0.30	Tabla de escala valorativa
	De desempeño	40	0.40	Tabla de escala valorativa
	TOTAL	100%	1.00	

El promedio de cada unidad será resultante de la siguiente fórmula:

$$\text{PFUD} = \text{EC (0.30)} + \text{EP (0.30)} + \text{ED (0.40)}$$

El promedio final de la asignatura se determinará aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{PF} = \text{PUD1 (0.25)} + \text{PUD2 (0.25)} + \text{PUD3 (0.25)} + \text{PUD4 (0.25)}$$

VIII) BIBLIOGRAFÍA.

Unidad I

Manual del inventario de recursos turísticos, fase: categorización y jerarquización.

Unidad II

Medina-Aguerreberre, Pablo (2014). Marca y comunicación empresarial (1er edición digital). Barcelona: Editorial UOC.

Ojeda D., Mármol P. (2016). Marketing turístico (2 da edición). Madrid: Paraninfo S.A.

Unidad III y IV

Acerenza, Miguel Ángel (2010). Agencia de viajes: operación y plan de negocios.

Fernandez, Carmen y Blanco, Ana (2003). Producción y ventas de servicios turísticos en agencia de viajes.

Jiménez Abad, Carlos (2006). Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes.

Lane Keller, Kevin (2008). Administración Estratégica de Marca.

Huacho, abril 2018

.....
Lic. Lucía Panta Sifuentes
Docente del Curso.